

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA

LUIZ ALEXANDRE LELLIS MEES

**“VEM PASSEAR NO TELEFÉRICO. TIRA FOTO, LEVA PRO
INTERNACIONAL!”: POLÍTICAS E PRÁTICAS DE TURISMO
EM UM ALEMÃO-COMPLEXO**

Niterói/RJ
Fevereiro de 2017

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA

LUIZ ALEXANDRE LELLIS MEES

**“VEM PASSEAR NO TELEFÉRICO. TIRA FOTO, LEVA PRO
INTERNACIONAL!”: POLÍTICAS E PRÁTICAS DE TURISMO
EM UM ALEMÃO-COMPLEXO**

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia (PPGA), da Universidade Federal Fluminense (UFF), como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Doutor em Antropologia

Orientador: Profa. Dra. Lygia Segala

Niterói/RJ

Fevereiro de 2017

Luiz Alexandre Lellis Mees

**“VEM PASSEAR NO TELEFÉRICO. TIRA FOTO, LEVA PRO
INTERNACIONAL!”: POLÍTICAS E PRÁTICAS DE TURISMO
EM UM ALEMÃO-COMPLEXO**

Tese de Doutorado submetida ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia (PPGA) da Universidade Federal Fluminense - UFF, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Doutor em Antropologia Social.

Aprovada em 17 de Fevereiro de 2017 por:

Banca Examinadora

Profa. Dra. Lygia Segala/PPGA/UFF. (Presidente/Orientador)

Profa. Dra. Alessandra Barreto/PPGA/UFF

Profa. Dra. Helena Catão Henriques Ferreira/PPGTUR/UFF

Profa. Dra. Ana Daou/PPGG/UFRJ

Profa. Dra. Sandra de Sá Carneiro/UERJ

Professores Suplentes:

Profa. Dra. Rosane Manhães Prado/UERJ

Prof. Dr. Daniel Bitter/PPGA/UFF

À minha família, aos meus alunos/ex-alunos e
aos moradores do Complexo Alemão.

AGRADECIMENTOS

A realização deste trabalho de pesquisa foi para mim um grande desafio. Conciliar estudo e trabalho, durante quatro anos e meio, descobrindo e aprendendo uma ciência que não me era familiar, não foi nada fácil. Por isso, primeiramente, meus agradecimentos vão para a minha orientadora, Lygia Segala, que me ajudou, orientou, e acreditou, do começo até os momentos finais da entrega desta tese, que eu seria capaz de desenvolver um trabalho doutoral em Antropologia. Sempre presente em todos os momentos da elaboração deste trabalho, com seu ânimo, brilhantismo acadêmico e paixão pela Antropologia, muito obrigado! Lygia, com você, aprendi, também, como se aprende.

Agradeço à minha família e aos meus amigos que, de perto, ou mesmo de longe, me injetavam ânimo e torciam por mim.

Agradeço aos professores do PPGA/UFF pelas aulas, e por me introduzirem no campo da Antropologia, e especialmente, ao Fábio Reis Motta, pela bolsa de estudos, em 2012/2013; à Gláucia Oliveira da Silva e ao Daniel Bitter, pelas contribuições neste trabalho.

Agradeço às professoras Adriana Facina e Maria Elvira Diaz Benítez pelas disciplinas e aprendizado no PPGAS/Museu Nacional/UFRJ; à professora Ana Maria Daou (UFRJ), pelo enriquecimento das reflexões, e às professoras Rosane Manhães Prado e Sandra de Sá Carneiro, pelas aulas na UERJ, sobre Antropologia e Turismo.

Agradeço aos meus colegas professores do CTUR/UFRRJ, onde comecei a escrever a tese, e aos meus atuais colegas da UNIRIO, onde a terminei; aos colegas do Departamento de Turismo e Patrimônio, minha gratidão, pela aprovação do meu afastamento por um semestre, para dedicação exclusiva à construção desta tese. Deste mesmo Departamento, um agradecimento especial aos professores Camila Moraes, Rodrigo Villani e Ma. Amália de Oliveira por me acompanharem mais de perto. Amália, um obrigado, ainda maior, pela leitura atenta da versão final, e pelas sugestões valiosas! Da UNIRIO, agradeço, ainda, aos meus alunos, orientandos, bolsistas, monitores, pela contribuição neste trabalho.

Do Complexo do Alemão, um agradecimento àqueles, que me ajudaram a percorrer seus becos e a desvendar as práticas de turismo que ali se desenvolviam. Corro o risco de esquecer alguém: Cléber de Araújo, Mariluce Mariá, Ceinha Rocha, Cristiano Ferreira, Ingrid Couto, Leandro Machado, François Camargo, Sérgio Gomes, José Franklin, Mc Rosani, Anderson, Fernando, Jéssica, Alessandro, Isaque, Rene Silva, Xandão, Alexandra Silva, Bruno Itan, Eddu Grau, Ellen, Marcus, Dimas, Andrea Art Mosaic, Alan Brum e o pessoal do

Raízes em Movimento, o pessoal do comércio e das barraquinhas do alto das Palmeiras, o pessoal da Praça do Conhecimento.

Agradeço ao Mario Jáuregui, Gustavo Bragança e Gloria Perez, pelas entrevistas; à Maria Inês Carneiro, pelo achado da quadrinização da *tomada* do Alemão; ao Murilo Cavalcanti, ao pessoal do CONTUR, a Valeria Guimarães (UFF), a Marli Lima e ao Fernando Antonio Bello.

Quando fui buscar conhecer o teleférico de Medellín, cidade que se tornou contraponto neste trabalho chegava só, apenas uma mala de viagem a um país até então, para mim, desconhecido, na incerteza do que encontraria: um povo gentil, amável, educado, e um país singular! No coração estão aqueles, que se tornaram amigos: Cristian Vega, Alexandra Girón, Luz Maria, José David Merlano, Chavelly Jiménez Castellanos, Rodrigo Miranda e a família Sarria (Angie, Santiago e Camilo): vocês me ensinaram sobre a Colômbia e me fizeram guardá-la, para sempre, no coração! Outros amigos tenho certeza que virão.

Ainda de Medellín, duas universidades foram imprescindíveis para o enriquecimento dessa tese: *A Universidad Nacional de Colombia, Escuela de Planeación Urbano-Regional e a Institución Colegio Mayor de Antioquia.*

Da *Universidad Nacional de Colombia*, um agradecimento especial aos professores Peter Charles Brand e Suly Maria Quinchía Roldán que me receberam, generosamente, dividindo seus conhecimentos, contribuindo para este trabalho, e me levando a conhecer as impressionantes iniciativas do urbanismo social, em Medellín. Suly, obrigado por me acompanhar e mostrar partes da cidade, que incorporei na tese. Também pela sua revisão e leitura do Capítulo 4. Ao Peter, Suly e aos funcionários da *Escuela*, agradeço, também, pelo período no qual aí estive em mobilidade acadêmica.

Do *Colegio Mayor de Antioquia*, *muchas gracias* aos professores Johan Sebastián Gómez Gómez, Luz Helena Naranjo, Claudia Maria Giraldo, Ledys López Zapata e Robinson Restrepo García. A alegria é muito grande pela parceria e participação, como professor-visitante. Johan e Ledys, é uma satisfação a construção de um projeto conjunto, neste período.

Agradeço ao Andrés, por me acompanhar visitando a Comuna 01, e às moradoras Monica Urrea e D. Rosalba Cardona.

Por fim, e de muita importância: agradeço aos professores Alessandra Barreto, Ana Maria Daou, Daniel Bitter, Helena Catão Henriques Ferreira, Rosane Manhães Prado e Sandra de Sá Carneiro, pela atenção, leitura, sugestões, críticas, considerações, troca de ideias e participação na minha banca final.

RESUMO

Este trabalho de pesquisa objetiva descrever e refletir sobre práticas e iniciativas ligadas à atividade turística, ocorridas na terceira favela mais populosa do Rio de Janeiro, estigmatizada pela mídia, como o “lugar mais violento do mundo”: o complexo de favelas do Alemão, localizado na zona Norte da cidade. Nessa etnografia, realizada no período entre 2013 e 2016, privilegia-se, também, a análise de políticas públicas, ligadas a este *fenômeno turístico*. Como contraponto, será examinado o *urbanismo social*, especialmente, a construção do teleférico na Comuna 01 em Medellín, Colômbia, modelo de intervenção adotado no Complexo do Alemão pelo *Programa de Aceleração do Crescimento* (PAC), para a mobilidade social em assentamentos informais, e como estratégia de valorização de território *pacificado*, controlado por forças de segurança.

Palavras-chave: Turismo, Urbanismo Social, Favela, Fenômeno Turístico e Complexo do Alemão.

ABSTRACT

This research aims to describe and reflect on practices and initiatives related to tourism activity, occurred in the third most populous favela in Rio de Janeiro, stigmatized by the media as the "most violent place in the world", the complex of favelas Alemão, located in the North part of the city. In this ethnography, carried out in the period between 2013 and 2016, it is also privileged the analysis of public policies linked to the touristic phenomenon. As a counterpoint, *social urbanism* will be examined, especially the construction of the cable car at Comuna 01 in Medellín, Colombia, an intervention model adopted in the Complexo do Alemão by the *Programa de Aceleração do Crescimento* (PAC), for social mobility in informal settlements, and as a strategy of valorization of *pacified* territory, controlled by security forces.

Key words: Tourism, Social Urbanism, Favela, Tourist Phenomenon and Complexo do Alemão.

RESUMEN

El objetivo de este trabajo de investigación es describir y reflexionar sobre las prácticas y las iniciativas relacionadas con el turismo, que se produjo en la tercera favela más poblada de Río de Janeiro, estigmatizada por los medios de comunicación como el "lugar más violento del mundo", el conjunto de favelas Alemão, situado en la parte norte de la ciudad. En esta etnografía, que tuvo lugar en el período entre 2013 y 2016, también se analizan las políticas públicas relacionadas con este fenómeno turístico. Como contrapunto, será examinado el *urbanismo social*, especialmente la construcción del metrocable en la Comuna 01 de Medellín, Colombia, modelo de intervención adoptado en el Complexo do Alemão por el *Programa de Aceleração do Crescimento* (PAC), para la movilidad social en asentamientos informales, y cómo estrategia de valoración del territorio *pacificado*, controlada por fuerzas de seguridad.

Palabras clave: Turismo, Urbanismo Social, Favela, Fenómeno Turístico y Complexo do Alemão.

SUMÁRIO

Introdução	11
Capítulo 01: Antropologia, Turismo e Assentamentos informais	
1.1 Antropologia e Turismo: percursos e aproximações possíveis	23
1.2 A viagem moderna e o turismo	29
1.2.1 “Todo turismo é uma viagem, mas nem toda viagem é turismo”	29
1.2.2 O campo transdisciplinar do turismo. Forasteiros, turistas e viajantes. Ir, estar e voltar.	33
1.3 Turismo e assentamentos informais	41
Capítulo 02: Do alto das Palmeiras de um Alemão-Complexo, observo a cidade.	
2.1 Fazendas, lotes e favelas.....	53
2.2 “Aqui tem tudo”: vida, lazer, arte e poesia.	63
2.3 O Fim? “O dia em que a bandidagem do Rio perdeu a fama de valente”: da <i>tomada</i> do Alemão às iniciativas de “pacificação”.....	72
2.3.1. Segurança controlada: UPPs e Turismo.	80
2.4 A favela é cidade: urbanização, PAC e Teleférico: acelerando o crescimento.	87
2.5 Salve Jorge! O Alemão vestido com as roupas e a armas de Jorge.	106
Capítulo 03: Turismo no Complexo do Alemão: práticas, espaços, políticas e objetos	
3.1 Referências institucionais para práticas de turismo no Alemão	117
3.1.1 A política Sebrae: empreendedorismo e apoio às práticas de turismo no Alemão.	120
3.2. As agências de turismo do Alemão e para o Alemão	130
3.2.1 Bom Fruto Turismo: <i>buscando frutos para todos</i>	130
3.2.2 Turismo no Alemão: <i>deixe um legado na favela e na sua gente.</i>	137
3.2.3 Gigatrek Adventure: <i>Alemão, mais que turismo, uma experiência.</i>	145
3.3 Roteiros comercializados e percursos alternativos no Alemão.	148

3.4 O lazer nas Palmeiras: lembranças da visita.	171
3.5 À espera de turistas: quem são e o que dizem.	186
 Capítulo 04: Outros fios: a cidade de Medellín e a Comuna 01 como contraponto.	
4.1 Mobilidades, território urbano e percursos turísticos	205
4.2 Uma cidade cercada de montanhas	207
4.3 Pablo, Botero e Laura: outras aproximações.	212
4.4 Duas cidades que cabem no bolso	219
4.5 “Urbanismo social” e a “nova Medellín”	234
4.5.1 Urbanismo social	238
4.5.2 <i>Metrocables</i> e a mobilidade urbana	239
4.5.3 Sistema integrado de transportes	241
4.6 A construção turística da cidade	242
4.7 O turismo polêmico sobre um passado indesejado	249
 Considerações finais	 260
Referências bibliográficas	267
Anexo I	277
Anexo II	281

INTRODUÇÃO

*Tuuuuurista, vem passear no teleférico,
Tira foto, leva pro internacional,
A nossa imagem indo pro internacional.*

*(...) Complexo do Alemão é uma nova era,
Complexo do Alemão, visitado por turista,
Complexo do Alemão, gente guerreira de fé.*

*(...) Olha o teleférico passando pra gente ver,
(...) A comunidade com a pacificação,
A força do PAC trabalhando em união,
(...) Complexo do Alemão é uma nova era.*

(“Turista, vem passear no teleférico” de Mc Rosani. CD A Garota do Teleférico).¹

Na música produzida no auge da visitação turística no Complexo do Alemão (2013), Mc Rosani, moradora local, envolvida nas práticas de turismo, no alto do morro das Palmeiras, convida os turistas a visitarem o conjunto de 13 comunidades², que compõem o complexo de favelas do Alemão. Como tantos outros moradores, também para ela, a “pacificação” e as obras do PAC, com atenção especial ao teleférico, pareciam ter escrito um novo capítulo na biografia do Complexo.

Este trabalho de pesquisa objetiva descrever e refletir sobre práticas e iniciativas ligadas à atividade turística, ocorridas na terceira favela mais populosa do Rio de Janeiro, estigmatizada pela mídia, como o “lugar mais violento do mundo”, o complexo de favelas do Alemão, localizado na zona Norte da cidade. Nessa etnografia, realizada no período entre 2013 e 2016, privilegia-se, também, a análise de políticas públicas, ligadas a este *fenômeno turístico*. Como contraponto, será examinado o *urbanismo social*, especialmente a construção do teleférico na Comuna 1 em Medellín, Colômbia, modelo de intervenção adotado no Complexo do Alemão pelo *Programa de Aceleração do Crescimento* (PAC), para a

¹ Um vídeo com a música completa cantada pela Mc Rosani e que também mostra suas *camisetas-souvenirs* pode ser visto em <https://www.youtube.com/watch?v=QFgk1vdwtw>. Acesso em 23 de Janeiro de 2017

² O número preciso de comunidades varia de acordo com as referências tomadas. O “Voz das Comunidades” afirma que são 13. Já a UPP Social, diz que são 15. A CUFA (Central Única de Favelas, uma organização criada a partir da união entre jovens de várias favelas da cidade do Rio de Janeiro), diz que são 12. Para esta pesquisa considerarei a referência do Instituto Raízes em Movimento, contando como 13 comunidades a saber: Morro Alemão, Grota, Nova Brasília, Alvorada, Alto Florestal, Itararé, Morro Baiana, Morro Mineiro, Morro da Esperança, Joaquim de Queiroz, Cruzeiro, Morro das Palmeiras e Morro do Adeus.

mobilidade social em assentamentos informais, e como estratégia de valorização de território “pacificado”, controlado por forças de segurança.

A transformação de *locus* de violência à favela turística, com direito a figurar, por alguns anos, como atrativo, nos principais guias turísticos do Rio de Janeiro, e de ter sido considerado um “novo cartão postal” da cidade, foi possível, graças a determinadas políticas públicas – notadamente ligadas à segurança e ao urbanismo social. Estas políticas, por sua vez, se mostraram vinculadas a interesses de promoção de megaeventos internacionais, sediados no Rio, reforçando a imagem de “cidade maravilhosa e boa para o turismo”. Além disso, visavam também o aumento do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) e o combate à pobreza, eixos importantes da política social do governo do Partido dos Trabalhadores (PT).³ Desafortunadamente, a biografia dessas práticas e iniciativas mostrou, ao final que, assim como o homem insensato, que construiu sua casa sobre a areia⁴, as práticas e iniciativas, aos poucos, também, foram desmoronando, dentro de uma perspectiva que aponta para as políticas brasileiras imediatistas. Nessa tese, o contraponto do Complexo do Alemão como “lugar mais violento do mundo”, é a cidade de Medellín, Colômbia, que também já foi considerada “a mais violenta do mundo”, mas que efetivamente se transforma em “a mais inovadora” e referência internacional de *urbanismo social*.

Posso dizer que o interesse pelo desenvolvimento do meu tema de pesquisa e o estudo da Antropologia foram, inicialmente, “acidentais.” Tudo começou na minha experiência como professor, no curso de Turismo do Centro Universitário Augusto Motta, localizado no bairro de Bonsucesso, Rio de Janeiro e, coincidentemente, próximo ao Complexo do Alemão. Recém-chegado da cidade de Vitória, estado do Espírito Santo e iniciando minha carreira como professor universitário, o Centro Universitário Augusto Motta (UNISUAM) acabou se tornando a Universidade em que lecionei por mais tempo, e onde construí boa parte da minha carreira, como professor, em cursos de Turismo. Nesta Universidade, tive alunos moradores do Alemão. Para mim, o conjunto de 13 comunidades, que formavam o Complexo, se resumia no pequeno morro do Adeus, que eu visualizava, do ponto onde esperava o ônibus, na saída do trabalho.

³ O aumento do IDH e o combate à pobreza foram dois indicadores internacionais, apontados pela BBC, como legado dos 13 anos de governo do Partido dos Trabalhadores (PT). Os outros indicadores foram: Ranking das maiores economias, diminuição da desigualdade, percepção da corrupção, educação e ambiente para os negócios. Disponível em http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/05/160505_legado_pt_ru. Acesso em 20 de janeiro de 2017.

⁴ Uma das parábolas atribuídas a Jesus Cristo em Mateus 7-24, Bíblia de Jerusalém, 2002

Mesmo sendo uma universidade privada, a UNISUAM, nesta época, teve a louvável iniciativa de incentivar a pesquisa acadêmica de professores, oferecendo bolsas de pesquisa àqueles, que tivessem projetos aprovados por uma comissão interna. Assim, em 2005 e em anos posteriores, tive aprovado o projeto de pesquisa *Potencialidades Turísticas da Região da Leopoldina*, vinculado à disciplina que eu lecionava, *Turismo e Patrimônio Cultural*. Minha intenção, inicialmente, era a de realizar um levantamento dos patrimônios culturais materiais da chamada Região da Leopoldina. Posteriormente, em um segundo momento, pretendia desenvolver programas de Educação Patrimonial⁵ para estas localidades. O projeto de pesquisa resultou em artigo científico, participação em eventos e teve a contribuição de alunos-bolsistas.

O tempo passou, e, as instituições em que eu trabalharia, mudaram: na Universidade Federal Fluminense (UFF), como professor-substituto, e no Colégio Técnico da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (CTur/UFRRJ), como efetivo. Com a estabilidade profissional pude, então, pensar em uma nova capacitação: um doutorado.

No período de trabalho na UFF, soube da oferta do curso de Extensão *Educação, Turismo e Patrimônio Cultural*, promovido, em 2008, pelo Laboep (Laboratório de Educação Patrimonial), tendo como organizadora a Profa. Lygia Segala. Assim, o curso reunia temas da pesquisa, iniciada na UNISUAM, como “Educação”, “Turismo” e “Patrimônio”.

Encontrar professores, (e bons), de outras áreas, que tenham interesse e conhecimento nos estudos sobre o turismo, é, realmente, muito raro. E um doutorado, na área do Turismo, no Rio de Janeiro, não existe. Por isso, quando pensei em fazer o doutorado, lembrei-me da Profa. Lygia. A ideia, então, era desenvolver o “segundo momento” da pesquisa sobre os programas de educação patrimonial, para a região da Leopoldina. Isso em 2009. Em fins do primeiro semestre de 2012, aproveitando um momento de greve docente da UFRRJ, resolvi fazer a seleção no Programa de Pós-Graduação em Antropologia. Para minha surpresa e satisfação, fui aprovado. Comecei no Programa no segundo semestre de 2012, buscando, entre trabalho (longe, desta vez em Seropédica) e estudo, aprender e compreender a Antropologia.

Tendo como projeto de pesquisa a região da Leopoldina - subúrbio carioca - os primeiros trabalhos de campo envolviam visita e participação em reuniões e eventos, em bairros como Olaria e Ramos. No entanto, no dia 21 de abril de 2013, saí para “fazer meu

⁵ A Educação Patrimonial é um campo de estudos, pesquisas e ação cultural que busca, no entender do Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, “estretar o diálogo com a sociedade sobre políticas de identificação, reconhecimento, proteção e promoção do patrimônio cultural”. Ver: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/585> Acesso:20/01/2017.

campo” e participar de uma feijoada no Cacique de Ramos. O *Cacique* era um dos “patrimônios” identificados na pesquisa, na época da UNISUAM, e registrado como patrimônio imaterial estadual em 2010. Bloco carnavalesco, originário do bairro de Ramos, “subúrbio” carioca, possui uma quadra na rua Uranos e oferece uma tradicional feijoada no 3º domingo de cada mês. Para esse dia, especificamente, estavam previstas homenagens a personalidades do samba, como Neguinho da Beija-Flor. As homenagens e a chegada das personalidades, porém, acabaram por demorar. Assim, depois de fazer anotações no meu diário de campo, resolvi sair e andar pelas redondezas do bairro. Caminhei até Bonsucesso e, perto do morro do Adeus, pude ver o lento movimento das gôndolas vermelhas do teleférico do Alemão, subindo e descendo. Nunca havia usado o teleférico, e, como tinha um tempo livre até o início das homenagens na quadra do Cacique, resolvi entrar na estação Bonsucesso e conhecer o trajeto do teleférico, com destino à última estação, Palmeiras⁶. Foi um dia e uma experiência que, dificilmente, esquecerei: visto pelas bordas do Morro do Adeus, nunca imaginara que o Complexo fosse um conjunto tão grande de moradias. Já dentro da gôndola, diante dos meus olhos, um conjunto imenso, entrelaçado e labiríntico de casas, surgia, especialmente, no percurso que ia desde a estação “Alemão” até a estação “Itararé”. Foi impressionante. “Um mundo dentro de um mundo”, como bem definiu uma das turistas que entrevistaria dois anos depois.

Mais impressionante ainda, foi o movimento e a quantidade de pessoas, no entorno da estação Palmeiras, onde descii. Guardo na memória que já era fim de tarde, com o sol pintando de dourado as casas, o teleférico e o espaço em torno da estação. Lembro-me das fotografias que os “turistas” tiravam, lá do alto, tendo, como fundo, a vista do Complexo e das gôndolas do teleférico em movimento; das impressões e conversas; da música animada, que saía de caixas de som instaladas no espaço; do aerografista que pintava desenhos em blusas, vendendo-as como *souvenir*; de dois meninos (que depois conheci como os irmãos Paixão: Gabriel e Nataniel da Paixão) tocando música clássica em violinos, em troca de contribuições; de crianças carregando caixas de isopor numeradas, oferecendo água e refrigerantes aos “turistas”; das barracas abertas nas laterais do entorno servindo comida e bebida; das várias barracas montadas na lateral da estação, vendendo artesanatos e variados tipos de *souvenirs* para os visitantes, como, por exemplo, um imã de geladeira que estampava a foto de uma das gôndolas, na época vermelha, e uma das estações do teleférico. Escrito, no canto esquerdo, lia-se a frase “Eu Fui...”.

⁶ Da primeira à última, as estações da linha de teleférico do Alemão são: Bonsucesso, Adeus, Baiana, Alemão, Itararé e Palmeiras.

Identifiquei que ali estava instaurado, voluntária ou compulsoriamente o “fenômeno turístico.”⁷ É de notar que este fenômeno implica um conjunto de complexas relações envolvendo a economia e os aspectos socioculturais e que, dentro do fenômeno turístico, está inserida a *atividade turística* definida como somente a prática do lazer, ligada ao ócio e ao tempo livre.

A presença deste fenômeno, portanto, naquele lugar e daquela forma, havia me intrigado e seduzido. A partir desse dia, o Complexo do Alemão e as práticas do turismo que ali aconteciam se tornaram meu objeto de pesquisa para o doutorado.

Registrei, no meu diário de campo, este primeiro encontro com esse *outro* lugar desta maneira:

Cheguei 15h30 ao Teleférico. Lá encontrei na bilheteria um grupo de sete canadenses e perguntei a eles, por que tinham ido andar no teleférico? Disseram (...) “aqui é mais barato. É como o Pão de Açúcar, mas o Pão de Açúcar é bem mais caro”.

Um casal, morador do Morro das Palmeiras, que estava na minha gôndola, disse que o teleférico foi muito bom para a comunidade. “Agora, com a pacificação, ficou bem melhor, mais tranquilo”. Perguntei: o que levou à pacificação? Foram as UPPs? A moça respondeu: “Também as UPPs e o turismo”.

Cheguei ao Morro das Palmeiras, minha primeira viagem no Teleférico do Alemão. Lá em cima existia uma área de lazer. Conversei com uma família de 8 pessoas: 3 mulheres adultas e 5 crianças, moradores de Bangu e que haviam subido ao Morro para conhecer o teleférico e para passear. Tinham preparado lanche e estavam numa mesa, comendo.

Conversei também com Fabio, militar da UPP (...). Nas Palmeiras, conversei com 3 mulheres, uma delas moradora de Coelho Neto e que estava ali para conhecer o teleférico e ter um dia de lazer. Na estação Palmeiras há barraquinhas, feira de artesanato, e tudo foi surgindo depois da construção da estação. Puxei conversa também com o Isaque. Ele fazia parte de um grupo de moto taxistas que oferecia passeios turísticos pelas comunidades do Alemão. (Diário de campo. 21/04/2013).

No ano de 2013, meus contatos foram praticamente com iniciativas locais de turismo organizado: duas agências de turismo, regularizadas, prestadoras de serviço para visitantes

⁷ O turismo é um fenômeno típico da sociedade capitalista, pós-revolução industrial. É fruto de atividades e práticas sociais diretamente relacionadas ao movimento e deslocamento espaciais de pessoas e de informações, produzindo e consumindo espaços. Alguns cientistas sociais, estudiosos do turismo, o consideram um fato social total. O fenômeno turístico é entendido, em geral, como o aparecimento espontâneo de práticas de turismo e se complementa com a atividade turística planejada.

interessados em uma *experiência*⁸ de turismo no Alemão. Estabeleci relações com as agências *Turismo no Alemão* e *Visita Guiada*. Contudo, para minha surpresa, em 2014, quase toda essa movimentação turística começou a perder sua força: já no final de 2013, a agência *Visita Guiada* que mantinha um *stand* na estação de Bonsucesso encerrou suas atividades. A agência *Turismo no Alemão*, em 2014, logo depois da Copa do Mundo, decidiu não realizar mais *tours* frequentes pelas comunidades: os conflitos armados na favela já tinham voltado com intensidade. Aos poucos, as barraquinhas de artesanato, que faziam parte de uma iniciativa organizada dentro dos padrões da Economia Solidária, foram desaparecendo; as barracas de comida e bebida, fechando, e o intenso movimento de visitantes nas Palmeiras, diminuindo. Restaram poucos, à espera de turistas.

Nesse novo contexto, como repensar os objetivos gerais de minha pesquisa? “Pacificação”, circulação e ocupação - categorias chaves nos discursos do empreendedorismo turístico - estavam aqui em questão. E a atração do teleférico? Marcador de uma “nova política pública de urbanização” ou de “uma nova era” no Complexo, como cantou a Mc Rosani, interdito pelas balas? Outras possibilidades?

No desenvolvimento do trabalho, identifiquei, desde logo, a linha do teleférico, como um dos motivadores importantes, na visita turística do Alemão. Assim, meses antes, em 19 de setembro de 2014, a partir de uma indicação, feita pela minha orientadora, fui assistir à palestra *Os teleféricos como sistema de transporte público em Medellín e em outros países da América Latina: uma perspectiva política* promovida pelo Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional (IPPUR), da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). A palestra foi ministrada pelo geógrafo e especialista em Planejamento Urbano, Peter Charles Brand, professor da Universidade Nacional da Colômbia, sede Medellín. Nesta data, conheci, um pouco, das tão comentadas iniciativas, inovadoras e pioneiras, da cidade de Medellín, particularmente sobre a construção de cabos de teleférico, movimentando cabines, como as de estações de esqui, mas, utilizados, no entanto, como sistema de transporte de massa para populações de baixa renda. O contato com o Prof. Peter Brand me levou a um intercâmbio, enriquecedor para minha pesquisa, junto à Escola de Planejamento Urbano Regional da Universidade Nacional da Colômbia, em Medellín. Em dezembro de 2014, fui pela primeira vez até a Colômbia, buscar saber um pouco mais sobre o projeto do *metro cable*.

⁸ O “turismo de experiência” pressupõe modos plurais de sensação, percepção e sentido, para além do flagrante visual - das vistas e dos quadros típicos - e da pausa gastronômica. No sentido *lato sensu*, todo tipo de turismo é de experiência, porém, este chamado “turismo de experiência” aposta em um diferencial e tem sido identificado não somente como um novo segmento de mercado ou estratégia de marketing. Seria um tipo de turismo que pretende marcar o turista “de maneira profunda e positiva.” (NETTO e GAETA, 2010).

Além dos *metrocables* conheci, nesta primeira viagem, vários dos projetos ligados ao chamado *urbanismo social*: prática urbanística e política de Estado que transformou a cidade, nos discursos técnicos e políticos, em modelo de *transformação urbana*. Em julho e agosto de 2015, com um trabalho de campo mais prolongado na cidade de Medellín, e, ainda, através do intercâmbio com a Escola de Planejamento Urbano Regional da Universidade Nacional da Colômbia, pude retomar o estudo sobre os projetos, em especial o do *metrocable* da Comuna 1, ampliando meu foco para o fenômeno turístico na Comuna 1 e na cidade, como um todo. Nesta segunda viagem, estabeleci diálogo, também, com pesquisadores e professores de Turismo do *Colégio Mayor de Antioquia*, uma instituição de ensino superior pública, renomada por suas pesquisas acadêmicas⁹. Um dos professores desta instituição, mestrando em um Programa da Universidade Nacional, estava estudando justamente as duas linhas (K e L) do *metrocable* da Comuna 1, o entorno da estação Santo Domingo, e as manifestações do fenômeno turístico neste espaço. O diálogo sobre o assunto, então, mostrou-se extremamente proveitoso para precisar melhor meus objetivos de pesquisa de tese: fui convidado a participar da elaboração de um projeto conjunto com o *Colegio Mayor de Antioquia*, cuja proposta seria investigar temas ligados ao turismo nas Comunas 1 e 13 de Medellín e no Complexo do Alemão.¹⁰ Abriu-se assim a possibilidade de confrontar essas experiências: compreender as razões que motivavam os turistas a visitar os espaços urbanos selecionados, sua relação com os residentes e investigar o elo existente entre as intervenções urbanas e políticas sociais realizadas ali, e o turismo¹¹.

A experiência de campo, em Medellín, tornou-se, processualmente, um contraponto importante para entender o turismo no Complexo do Alemão. Resolvi assim construir minha etnografia também a partir dessas aproximações/diferenças. Não se trata de um exercício comparativo rigoroso, mas, de interpretações multissituadas, cujo foco principal é o Alemão.

A tese reúne pesquisa bibliográfica, documental e trabalho de campo, através da observação participante, com registros textuais (em diário de campo) e fotográficos, como método. Acompanhei roteiros turísticos no Alemão; realizei entrevistas com atores envolvidos

⁹ A instituição Universitária *Colegio Mayor de Antioquia* conta com quatro Faculdades. Uma delas é a Faculdade de Administração, que oferece o curso de *Administración de Empresas Turísticas* desde o ano de 2013. Evidencia-se assim uma estreita relação entre o projeto de transformação urbana e a formação profissional em turismo.

¹⁰ O projeto se chamou *Las posibilidades del Turismo como herramienta de desarrollo local em los asentamientos informales de la comuna 1 y 13 de Medellín, Colômbia y las comunidades del Complejo do Alemão em Rio de Janeiro, Brasil*, iniciado em Março de 2016.

¹¹ Eventos, escrita de artigos, palestras em ambas Universidades sobre os resultados e visitas técnicas entre os dois países foram previstos. Os resultados preliminares deste projeto, fazem parte das discussões e das conclusões dessa minha pesquisa doutoral.

com o turismo, enquanto empreendimento nas comunidades; comerciantes de artesanato e de arte turística, birosqueiros e funcionários do teleférico, e enquetes, a partir de perguntas estruturadas, com turistas que visitavam o entorno das Palmeiras, em 2015 e 2016. Registrei, fotograficamente, objetos produzidos como *souvenirs* turísticos, espaços utilizados pelo turismo, a dinâmica do teleférico, entre outros. Ao todo foram aproximadamente 2.500 fotografias. Utilizei a leitura de *blogs*, acumulei uma série de notícias da imprensa escrita, e fiz um levantamento dos guias impressos, que tratavam, de alguma forma, do Alemão, enquanto espaço turístico. Os limites da pesquisa foram definidos pelas condições de segurança, no local e pelo meu tempo de dedicação, que, em virtude do meu trabalho como professor, não pôde ser integral. Mais de 60 anotações de campo foram feitas.

Sofia Sampaio (2013), quando faz uma revisão crítica, a partir de duas antologias sobre o estudo do turismo nas Ciências Sociais¹², indica que os métodos visuais poderão ajudar a suprir ausências, permitindo estabelecer conexões, tornando presente o ausente e preconizando uma nova forma de conceber a visualidade. Reconhecer, a partir de observações diretas, que há um rol de coisas, processos e relações que, não são imediatamente visíveis, mas que fazem “parte da fotografia” e constituem um passo importante na rematerialização e na revitalização dos estudos de turismo (2013, pág. 16).

Em Medellín, realizei trabalho de campo em 2014, 2015 e 2016, na Comuna 1, no entorno da estação de *metro cable* Santo Domingo, acompanhando práticas turísticas locais, e entrevistei uma das moradoras mais antigas desta Comuna. Visitei, também, a linha L de *metro cable* que leva ao Parque ecoturístico Arví e a Comuna 13, com suas intervenções urbanas voltadas para a mobilidade: a linha J de *metro cable* e as *escaleras eléctricas*. Conversei com o administrador das *escaleras*, em 2014, e realizei um *tour* de Grafite (*Graffitour*), em 2016, nesta Comuna. Também em 2016, conheci a *Tranvía*, um meio de transporte urbano, inaugurado no ano anterior, semelhante ao VLT (Veículo Leve sobre Trilhos), inaugurado no centro da cidade do Rio de Janeiro, como parte do “legado” dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio-2016. Fiz registros fotográficos, anotações em diário de campo e visita à Secretaria de Turismo local. Em novembro de 2016, fui convidado a dar duas palestras na cidade: uma no Centro Cultural de Moravia e outra no *Museo Casa de la Memoria*, sobre turismo em favela, e as possíveis relações deste, com a realidade das Comunas, que haviam se tornado turísticas, na cidade de Medellín.

¹² *The Sage Handbook of Tourism Studies* (2009) e *The Sociology of Tourism: European Origins and Developments*, ambas publicadas em 2009.

O Complexo do Alemão é tomado, nesta pesquisa e no recorte temporal estabelecido, como um espaço em transformação, que o acaba contrapondo, neste aspecto, à cidade de Medellín. Buscando apoio em Igor Koptoff¹³, este espaço foi entendido como “coisa” possuidora de uma biografia, onde cada “fase” (intervenção política) corresponde a um “uso” (imagem) particular, que se faz dela. Ainda dentro do pensamento de Koptoff (2008), os efeitos de algumas políticas públicas, especialmente de segurança e de intervenção urbana, no Alemão, acabaram por transformá-lo em mercadoria turística, onde seu *status* de lugar seguro, possuidor de um inovador sistema de mobilidade, o tornou “trocável” pelos rendimentos da atividade turística.

Alguns dos territórios, pertencentes ao Complexo do Alemão, tornaram-se turísticos. Espaços compostos pelo “espaço do turista” e pelo “espaço do turismo”: o primeiro, como espaço de fruição e consumo, e o segundo, como espaço de produção e trabalho. Para a produção deste espaço turístico, contudo, alguns trechos foram sendo apropriados por diferentes atores sociais, cujo ponto, em comum, era a motivação para o desenvolvimento da atividade turística.¹⁴ No “espaço do turista” e no “espaço do turismo” destacam-se o próprio turista, o poder público, os empreendedores¹⁵ e a população residente.

Utilizando as categorias de Smith (1989), busco observar perspectivas tanto dos “visitantes” (turistas), quanto dos “visitados”, objetivando descrever e refletir sobre as práticas e iniciativas de turismo estabelecidas em determinados espaços do Complexo entre 2013 e 2016. Quanto aos visitados, eles são aqui definidos como os atores envolvidos nos serviços oferecidos aos turistas: birosqueiros, artesãos, agentes promotores do turismo, todos moradores que, de alguma forma, estavam envolvidos, ou tinham interesse nas práticas de turismo desenvolvidas no Alemão. Percepções de moradores locais, não-envolvidos diretamente na promoção das atividades turísticas, aparecem também, através dos depoimentos dos atores envolvidos. Ao longo do trabalho utilizo, algumas vezes, as categorias “favela” e “morro” como sinônimas. Entendo a categoria “comunidade”, como um termo mais recente para designar a “favela”, usado, em geral, pelas políticas públicas voltadas para estes espaços. Nas referências ao teleférico, utilizo a categoria “usuário”.

¹³ *A biografia cultural das coisas: a mercantilização como um processo* in: Arjun Appadurai (org.) *A vida social das coisas*, 2008.

¹⁴ Tomo aqui ideias desenvolvidas por DANTAS e FERREIRA (2016) em *Reflexões acerca da produção do espaço turístico pelo turismo religioso em Armação dos Búzios/RJ*

¹⁵ DA COSTA, FERREIRA e PRADO (2009) definem a atividade empreendedora como intimamente associada com a questão da liderança e que envolve o gerenciamento de uma unidade de negócio, que recebe lucro, com um componente de inovação nos negócios e uma maior capacidade de suportar as incertezas.

A Antropologia do Turismo tem-nos fornecido subsídios teóricos e empíricos para reflexões e entendimentos sobre as relações, que envolvem os espaços receptores. A corrente de estudos que privilegia uma explicação para o fenômeno “turismo”, orientada por mudanças ocorridas nos âmbitos sociais, culturais e – acrescento para fins desta pesquisa - políticos, ilumina o debate acerca das relações entre visitantes e visitados. Em 1987, os sociólogos britânicos Chris Rojek e John Urry propunham que o termo “turismo” fosse visto, como um conjunto complexo de discursos e práticas sociais.¹⁶ Os antropólogos Naomi Leite e Nelson Graburn, em textos das publicações *The Sage Handbook of Tourism Studies* (2009) e *The Sociology of Tourism: European Origins and Developments* (2009), duas extensas antologias sobre o estudo do turismo nas Ciências Sociais, defendem que o mesmo passou a ser entendido como:

um fenômeno cultural complexo que resiste a ser definido, justificando a rejeição de modelos e tipologias, a favor de estudos locais, concretos e particulares, que privilegiam a pluralidade de práticas, a partir das quais se procura explorar ambiguidades, contingências e “deslizes” (*slippages*) de significação. (SAMPAIO, 2013. Tradução minha).

Leite e Graburn também sublinham que a extrema mobilidade dos turistas torna-os de difícil estudo requerendo soluções metodológicas inovadoras, capazes de combinar, por exemplo, a observação participante (de longa, média e curta duração) com inquéritos, entrevistas (muitas vezes recorrendo a estímulos visuais, tais como fotografias e vídeos domésticos, ou a objetos), diários de viagem e, mais recentemente, *blogs* e redes sociais. (SAMPAIO, 2013). Outros autores, ligados às Ciências Sociais nestas mesmas publicações, entendem a necessidade de valorizar o concreto e o particular.

O apelo aos vários sentidos tem marcado o *trade* turístico, forçado a reinventar-se diante da pressão concorrencial, através da criação de “novos produtos”, como o turismo enológico, o gastronômico, étnico, voluntário, e de experiência, entre outros. Dentro deste novo panorama, aparecem também “novos turistas” motivados, inclusive, por um chamado “turismo polêmico” ou sombrio, envolvendo visita a destinos ligados a personagens polêmicos, à tragédia e à morte, tais como cemitérios ou lugares que se tornaram conhecidos por atentados terroristas¹⁷.

¹⁶ Em *Touring Cultures: transformations of travel and theory*, Londres e Nova York, Routledge.

¹⁷ Em 2015, a boite *Bataclan*, lugar de um atentado terrorista de Paris, virou ponto de peregrinação para turistas. Disponível em <https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/2015/11/19/locais-dos-atentados-em-paris-viram-pontos-de-peregrinacao.htm>. Acesso em Maio de 2016

Além de Igor Koptoff e Arjun Appadurai, utilizo na construção das minhas reflexões autores como Nelson Graburn, Maria Gravari-Barbas, Daniel Boorstin, Bianca Freire-Medeiros, Dean McCannell, Barbara Kirshenblatt-Gimblett, Claudia Giraldo, Anne Marie Van Broeck, Alois Riegl, José Guilherme Magnani, Michel de Certeau, Luiz Antonio Machado da Silva, Luísa Posada, Suly Maria Quinchía Roldán.

Este trabalho de pesquisa está dividido em quatro capítulos:

No *Capítulo 1*, discuto, teoricamente, sobre turismo, viagens, viajantes e turistas; sobre Antropologia do Turismo e sobre assentamentos informais, enquanto construções de atrativos turísticos, (em especial as favelas do Rio de Janeiro).

No *Capítulo 2*, busco tratar dos aspectos históricos que constroem um Alemão-Complexo, da sua vida cultural e do episódio que marca sua “nova era”: a *retomada* das comunidades pela polícia e forças armadas. Trago à baila, então, três elementos que apareceram como motivadores principais do desenvolvimento da atividade turística no Complexo e que surgem a partir deste episódio: i) a política de segurança das UPPs; ii) a urbanização com destaque para as obras do PAC e a construção do teleférico; e iii) a produção da novela *Salve Jorge*, exibida entre 2012 e 2013, pela Rede Globo de Televisão, que teve seu núcleo principal ambientado no Complexo do Alemão. A partir daí, busco relacionar estes três elementos, com as práticas de turismo observadas no meu trabalho de campo.

No *Capítulo 3*, procuro descrever as práticas turísticas no Alemão, a partir das políticas públicas voltadas, diretamente, para a promoção do turismo local, das agências locais, dos *tours* comercializados ou sugeridos para o turista, dos espaços de lazer e *souvenirs*, e de quem são e o que dizem, estes turistas.

Já no *Capítulo 4*, exploro como contraponto ao panorama turístico do Alemão, a cidade de Medellín e sua transformação urbana, as linhas de teleférico, utilizadas por moradores de assentamentos informais, e algumas delas, pelo turismo. Foi este modelo, inovador e pioneiro, de mobilidade urbana de Medellín, que foi “copiado” pelo Governo Federal, no Complexo do Alemão.

Nas considerações finais discuto questões que perpassam minha pesquisa e que convidam a outras reflexões

Quais as particularidades da tentativa de desenvolvimento do turismo, num complexo de favelas da zona Norte do Rio de Janeiro? Em que medida as experiências urbano-turísticas de Medellín podem iluminar, teórica e empiricamente, esse debate? Que tensões e complementariedades atravessam a ideia desse tipo de turismo como lazer, como ação

pedagógica e como mercado? E, finalmente, como a Antropologia pode contribuir para as reflexões, desenvolvidas na área acadêmica do turismo e nos seus agenciamentos?

CAPÍTULO 1

ANTROPOLOGIA, TURISMO E ASSENTAMENTOS INFORMAIS

1.1. Antropologia e o Turismo: percursos e aproximações possíveis

“Odeio as viagens e os exploradores”. Esta frase escrita pelo antropólogo e filósofo francês Claude Lévi-Strauss, na abertura do seu livro “Tristes Trópicos”, publicado primeiramente em 1955, na França, poderia, talvez, ilustrar a demora com que os antropólogos se apropriaram do estudo das viagens e do turismo, como tema digno de investigação. (SANTIAGO, 2001).

Mesmo em 1996, ano da publicação do clássico livro *Anthropology of Tourism*, o autor Dennison Nash¹⁸ escreve que, a maioria dos antropólogos, toma o turismo como uma ocupação frívola e olham os turistas como intrusos. O livro de Nash foi o primeiro volume da série *Tourism Social Science*, dirigida pelo antropólogo Jafar Jafari o qual lançara, no começo dos anos 1970, a *Annals of Tourism Research*, principal revista acadêmica sobre o estudo do turismo. Segundo Picard (1998), o livro de Nash é uma obra didática que apresenta um balanço, e as perspectivas da Antropologia do Turismo. É destinado, prioritariamente, aos estudantes de Antropologia, convidados a perseguir trabalhos, sobre o tema, empreendidos pelos investigadores anteriores. Na introdução do livro, Nash se pergunta, por que os antropólogos se mostravam tão reticentes quanto aos estudos do turismo, visto que, geógrafos, economistas e sociólogos já se interessavam pelo assunto, principalmente a partir de meados do século XX. Existiriam, para o autor, três razões principais para esse rechaço: i) o turismo não era visto como uma atividade séria para estudos, já que tinha, como base, lazer e diversão; ii) os turistas eram vistos, habitualmente, como perturbadores do local que visitam e, desta forma, os antropólogos não queriam ser confundidos com os turistas, pelos nativos; e iii) a concepção de que a presença de turistas, em um determinado território, seria produto de relações de dependência e de exploração, fazendo com que os antropólogos – que estudavam povos distantes, exóticos - se recusassem a estar associados a eles. Muitas pesquisas antropológicas têm como base a execução de sacrifícios pessoais, visando a produzir trabalhos científicos que façam justiça à cultura estudada. Muitos se veem como pesquisadores de campo comprometidos com os nativos e, nesse sentido, não gostariam de ser confundidos

¹⁸ Dennison Nash é antropólogo e professor emérito da Universidade de Connecticut, EUA.

com meros turistas preocupados, sobretudo, com seu prazer pessoal, sendo detentores de uma visão superficial da cultura com a qual mantêm contato: “exploradores inconscientes” dos nativos. Com o tempo, porém, isso mudou.

Na realidade, os primeiros trabalhos antropológicos, sobre turismo, datam dos anos 1960, sendo, no entanto, ainda segundo Nash, a maior parte deles, resultado de um confronto acidental com turistas, por pesquisadores estudando transformações sociais e culturais, provocadas pela modernização. Banducci Júnior e Barreto (2001) contam que foi Theron Nuñez que escreveu o artigo pioneiro sobre turismo e antropologia, na literatura norte-americana, em 1963. O artigo *Tourism, Tradition, and Acculturation: Weekendismo in a Mexican Village* trata do turismo de fim de semana em uma vila mexicana¹⁹. No entanto, esperar-se-ia até 1974 para que a *American Anthropological Association* (AAA) consagrasse uma reunião anual, na Cidade do México, tendo como tema, o turismo e mudanças culturais. A organizadora do evento foi a antropóloga da *California State University*, EUA, Valene Smith. A reunião tinha por objetivo declarado, reconhecer a legitimidade do turismo, como objeto de estudo pela Antropologia e estimular a investigação dos seus impactos nas sociedades receptoras. O evento produziu, como resultado, outro clássico da literatura da Antropologia do Turismo: o livro *Host and Guests: the Anthropology of Tourism*²⁰, publicado, pela primeira vez, em 1977.

Contudo, a legitimidade procurada na reunião de 1974, só seria, realmente, conseguida depois da organização de um seminário internacional, sobre o impacto social e cultural do turismo, realizado pelo Banco Mundial e Unesco, em 1976. De qualquer forma, a partir destes dois eventos precursores, percebe-se que, os estudos sobre turismo e antropologia nascem, regidos pelas questões dos *impactos* - sociais, econômicos, culturais e ambientais -, causados pelos turistas nas localidades de destino.

Picard (1998), resenhando Nash, diz que, se o turismo, finalmente, ganhou legitimidade e caiu nas graças dos estudos antropológicos, depois de 1970, não foi, somente, por causa de uma quebra de preconceitos, mas pela expansão do campo de estudos da Antropologia. E se por um lado, se admitia que as sociedades estudadas não eram, de todo, isentas de influências exteriores, por outro, os antropólogos começaram a se preocupar, não

¹⁹ É importante pontuar que na década de 1970 prevalecia uma visão economicista do turismo, considerado como uma atividade destinada a “salvar” as economias do dito “Terceiro Mundo”. Segundo Banducci Júnior e Barreto, “a atividade [do turismo] passa a ser encarada como agente do entendimento internacional e como a grande alternativa econômica capaz de promover a superação da condição de pobreza e de dependência de países subdesenvolvidos diante das economias centrais” (2001, p.24).

²⁰ A edição em espanhol da Endymion recebeu como título: *Anfitriones e Invitados: antropología del turismo* e é a edição utilizada nessa pesquisa.

somente com as culturas consideradas “exóticas”, mas, igualmente, com o que se passava na sua própria sociedade.

No capítulo 1 do livro *The Study of Tourism* (2007), Dennison Nash aponta que, na atualidade, o turismo existe como um importante fato social. Quase toda sociedade contemporânea parece envolvida no que, a maioria das pessoas identificaria, como “turistas” e que o turismo se tornou uma das maiores “indústrias” do mundo (pág. 02).

Dados do *World Travel and Tourism Council* (WTTC) mostram que, em 2001, o turismo movimentou cerca de US\$ 3,5 trilhões e foi o responsável por 8,2% dos empregos do mundo. Em 2002, segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), esta “indústria” do turismo teve um crescimento de 3,1%, se comparado ao ano anterior. Segundo boletim da OMT de 27 de Janeiro de 2015, a circulação de turistas pelo mundo, mesmo com as notícias de atentados terroristas e ameaças biológicas, como o vírus Ebola, chegou em 2014 a 1,14 bilhões de pessoas: 51 milhões de turistas a mais que no ano anterior (4,7%). E a previsão, para 2015, de que haveria um aumento de 3% a 4 %. A notícia aponta também que o continente mais visitado foi o europeu²¹.

Quando o turismo passou a ser visto como um fato social, tornou-se um importante objeto de estudos, dentro das Ciências Sociais. Neste momento, tanto a Antropologia quanto a Sociologia, se apropriaram do tema, e privilegiaram a observação, a partir dos locais de emissão de turistas, e as motivações destes. Em geral, os estudos antropológicos dão atenção principal às comunidades receptoras de turistas, analisando a atividade turística como um “fato social total”, na perspectiva de Marcel Mauss²², pois entendem que este é um tipo de acontecimento que tem repercussão e impacto, em diferentes níveis da sociedade.

Em 2009 foram publicadas duas extensas antologias sobre o estudo do turismo nas ciências sociais: o *The Sage Handbook of Tourism Studies* e o *The Sociology of Tourism: European Origins and Developments*. Apesar da diversidade temática e metodológica, bem como, da pluralidade de vozes que estas obras reúnem, é possível discernir certa convergência de tendências, que acompanham os estudos do turismo: i) uma tendência culturalista; ii) uma tendência inter, ou mesmo, transdisciplinar²³; iii) uma inclinação para privilegiar a ótica do

²¹ <http://media.unwto.org/press-release/2015-01-27/over-11-billion-tourists-travelled-abroad-2014>. Acesso em 3 de Abril de 2016.

²² Em *Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas*. São Paulo: Cossac Naify, 2013.

²³ Segundo Ada Denker, devido a multiplicidade de disciplinas que o turismo se realciona, seu processo de conhecimento vem enfrentando sérias limitações, sobretudo em relação à pesquisa que vem sendo praticada de forma atomizada, fragmentada e dispersa. (DENCKER, 1998). Desta forma, Alexandre Panosso Netto questiona o porquê de não desenvolver um estudo transdisciplinar do fenômeno turístico. (NETTO, 2005). A transdisciplinaridade pode ser entendida, como a interação máxima entre as disciplinas, respeitando suas

consumidor, em detrimento das questões de produção e de trabalho; iv) uma propensão de sobrevalorizar perspectivas microscópicas, sob o risco de perder de vista outras escalas e relações e v) um compromisso com o setor empresarial turístico. (SAMPAIO, 2013).

Internacionalmente, embora a literatura antropológica, sobre turismo, seja dominada por descrições etnográficas dos diversos tipos de viagem, e por estudos sobre os efeitos do turismo em comunidades locais, muitos pesquisadores têm focado suas pesquisas no desenvolvimento de modelos teóricos. As abordagens mais influentes²⁴ são as de Nelson H. H. Graburn (1983), considerado um dos pioneiros e dos mais importantes estudiosos do turismo na área da antropologia no mundo, fazendo uma construção do turismo como uma experiência de transformação pessoal, e a de Dennison Nash (1981) vendo o turismo, como uma forma de imperialismo moderno. Graburn analisa o turismo, como uma superestrutura simbólica enquanto Nash focaliza sua atenção nos aspectos políticos e econômicos. Dentre outras contribuições importantes para esta pesquisa, está a do sociólogo, Dean MacCannell (1976), que analisa o turismo na ótica de uma autenticidade, encenada, e como embate, entre uma estrutura genuína e uma espúria.

Na análise das principais ideias acadêmicas, tanto as mais tradicionais quanto as que apontam tendências futuras das publicações, *The Sage Handbook of Tourism Studies* e *The Sociology of Tourism: European Origins and Developments*, Sofia Sampaio (2013) lembra que em 1997, os sociólogos britânicos Chris Rojek e John Urry, associados aos estudos culturais, propunham a “desconstrução” do termo *turismo*, que deixaria de ser visto como um fenômeno social, claramente circunscrito e identificável, para ser um conjunto complexo de discursos e práticas sociais. Destaca, no *The Sage Handbook of Tourism Studies* a contribuição do historiador John K. Walton, sublinhando a necessidade de se prestar, mais atenção, ao contexto e ao pormenor histórico, o que permitirá refutar noções simplistas, vastamente difundidas sobre o turismo, principalmente, a noção de “turismo de massas”, ou a ideia de que existe uniformidade nas experiências turísticas, em detrimento de especificidades espaciais e temporais. Outros autores, do *Handbook*, apontam para a importância das práticas do turista e, não tanto, das suas indústrias e instituições. Estas práticas são agora concebidas como *embodied practices*²⁵, numa correção às tendências teóricas anteriores, que privilegiavam as representações e enfatizavam os processos de mediação. Conceitos, como

individualidades. Esse tipo de estudo percorre as diversas ciências sem se preocupar muito com os limites e as fronteiras existentes entre elas. Seu objetivo é a unidade do conhecimento, reconciliando, ciências exatas, humanas, arte, literatura, poesia, experiência interior. Suas características fundamentais a abertura e a tolerância.

²⁴ Discutiremos algumas abordagens do turismo, do turista e do viajante pela Antropologia mais a frente.

²⁵ Rituais e atividades expressivas, concretizados através do corpo.

mediação e representação, perdem relevância. O corpo impõe-se, cada vez mais, como o único mediador legítimo entre o turista e o consumidor, (agora reformulado, como ativo, reflexivo, “coprodutor”), e a experiência turística, vindo a justificar a crescente importância do conceito de performance. O apelo aos vários sentidos tem marcado o *trade* turístico, forçado a reinventar-se, diante da pressão concorrencial, através da criação de “novos produtos”, como o enoturismo²⁶, o gastronômico, o étnico, o voluntário, o de experiência, entre outros. Outra contribuição importante dos artigos, presentes nessa publicação, foi a teorização de formas de poder e agencialidade, negociadas e vivenciadas, horizontalmente, ou até, de baixo para cima.

Continuando sua análise da publicação, Sampaio diz que há um padrão emergente nesse tipo de estudo do turismo: para trás ficam os estudos de impacto, (característicos da antropologia e da geografia), a preocupação com fenômenos de “aculturação”, (agora, preterida pelo “hibridismo”), e a elaboração, (sobretudo na sociologia), de modelos teóricos explicativos, tais como o *resort cycle model* e o *tourist gaze*.²⁷

Segundo Banducci Júnior e Barreto, a produção antropológica, dentro do tema “turismo”, já ocupa reconhecida importância, mas consideram que:

Mesmo sendo um fenômeno recorrente nessas pesquisas [antropológicas], o volume de trabalhos em que o turismo aparece como tema central na antropologia brasileira é ainda bastante reduzido, principalmente se comparado a outras disciplinas e a outras linhas de pesquisa no interior da própria antropologia. A temática começa a despertar o interesse dos antropólogos brasileiros sobretudo na década de 1990, quando aparecem os primeiros ensaios e dissertações preocupados em compreender o fenômeno turístico e suas manifestações no Brasil. (2001, pág.32).

Analisando as temáticas mais comuns nos estudos antropológicos do turismo²⁸, Banducci Júnior e Barreto (2001) nos informam que os estudos antropológicos brasileiros

²⁶ Tipo de turismo que tem como foco, vinícolas e zonas produtoras de vinho.

²⁷ O *resort cycle model* é um modelo proposto por R.W. Butler em 1980 que aponta as etapas do ciclo de vida de um destino turístico (notadamente os *resorts*). Já o modelo teórico *tourist gaze* é o proposto por John Urry, que tem como linha norteadora – e maior crítica – a transformação dos lugares motivados pelo olhar do turista. Os anseios do turista e de seu olhar, condicionariam a pasteurização e a padronização dos destinos. É importante lembrar, porém, que ambos os modelos ainda são bastante estudados e utilizados como teoria nos cursos de turismo de universidades brasileiras.

²⁸ Alguns exemplos de temas de estudos internacionalmente pela Antropologia do Turismo são: Turismo Gastronômico, Turismo Étnico, Turismo e Legados Culturais, Turismo Sombrio (*Dark Tourism*), Turismo e Meio Ambiente, Turismo Religioso e de Peregrinação, Turismo Voluntário (ou volunturismo), entre outros.

privilegiam a interferência de empreendimentos turísticos, em comunidades pesqueiras, impactos no meio ambiente e nas populações litorâneas. Outros estudos tendem a enfatizar os aspectos políticos e econômicos, da relação entre turista e comunidades receptoras. Na análise dos trabalhos, produzidos pela Antropologia sobre o turismo, concluem que existe uma necessidade de ultrapassar os estudos dos efeitos da atividade turística, para produzir um conhecimento mais amplo do turismo, como fenômeno social; para a compreensão do lugar e do papel dessa atividade, no contexto das relações sociais e culturais numa sociedade, cada vez, mais marcada pela globalização, pelo deslocamento e pela interação cultural, entre povos distintos. (2001, pág. 44).

Como conclui Sampaio (2013) na análise dos dois volumes, *The Sage Handbook of Tourism Studies* e *The Sociology of Tourism: European Origins and Developments*, o processo de constituição do turismo como objeto de investigação nas ciências sociais – seja no mundo anglófono, seja na Europa continental – passou, em boa medida, pela emancipação de perspectivas, predominantemente econômicas. Para isso, os estudos culturais deram uma importante contribuição, principalmente ao sublinharem os papéis da linguagem, dos processos simbólicos e das representações, na constituição de objetos, lugares, experiências e sujeitos turísticos. Sem esquecer, também, da insistência na polissemia e polivocalidade de todas as práticas sociais, incluindo as turísticas.

Segundo ela, do mesmo modo que não faz sentido reduzir o turismo a uma atividade, estritamente econômica, também, não faz sentido, alienar as práticas turísticas dos contextos materiais (sociais, econômicos e políticos), em que se inserem. Os estudos locais se mostram importantes: ao dar voz aos turistas, através da etnografia, a antropologia desempenha um papel essencial, requerendo soluções metodológicas inovadoras, capazes de combinar, por exemplo, a observação participante, (de longa, média e curta duração), com inquéritos, entrevistas (muitas vezes, recorrendo a estímulos visuais, tais como fotografias e vídeos domésticos, ou a objetos), diários de viagem e, mais recentemente, blogues e redes sociais. A ideia é tomar o ponto de vista dos lugares (turísticos, de origem e de destino) para produzir “observações diretas e descrições densas”, explorando, desse modo, a capacidade da antropologia de “atribuição de voz ao local”, sem se descuidar de um “enquadramento, mais vasto, no seu quadro de produção social”. Ainda, segundo Sampaio (2013), é, ao nível do “local” que encontramos as marcas das mobilidades as quais, apesar de transitórias, não deixam de largar lastro, tornando visível a vasta dinâmica dos lugares turísticos – “espaços agenciados

por práticas”, que são o produto de “um jogo complexo entre os discursos, os interesses e os usos”.

A clássica distinção entre *backstage* e *front stage* proposta por MacCannel em 1979, já apontava para a importância da questão da visibilidade e da invisibilidade; da identificação daquilo que é visível e invisível. É para refletir sobre esta relação. No entanto, é possível ir mais longe, para lá da questão da autenticidade, a fim de recuperar um sentido de visão (e atenção) que seja capaz de nos retornar à conexão com a materialidade das coisas e, através dela, com os processos sociais e culturais, (muitas vezes invisíveis), que estão na base daquilo a que, convencionalmente, chamamos de “turismo”.

1.2 A viagem moderna e o turismo

1.2.1 “Todo turismo é uma viagem, mas nem toda viagem é turismo”

As palavras “viagem” e “turismo” podem, até, ser, semanticamente, próximas, mas para o Turismo, enquanto campo de conhecimento, elas apresentam consideráveis diferenças. O mesmo acontece com “viajante” e “turista”. Perceberemos a seguir, que, mesmo para a Antropologia do Turismo, dependendo do autor em questão, os termos podem apresentar significativas nuances. Sendo professor em cursos de turismo, há mais de 10 anos, costumo dizer para os alunos nas minhas aulas: “todo turismo é uma viagem, mas, nem toda viagem é turismo”.

Os deslocamentos estão presentes, na história da humanidade, desde o nomadismo. Em muitos momentos, estes deslocamentos tomaram a forma de viagens. Viagens de exploradores, de missionários, de peregrinos, de mercadores, de antropólogos, de historiadores, de cientistas e, finalmente, de turistas. Inúmeras são as razões e motivações, experienciais ou metafóricas, pelas quais grupos ou indivíduos saem do lugar de origem, em direção a um destino escolhido, ou não, colocando em tensão, relações de estabilidade, pertencimento, errância, sina ou aventura²⁹. Muitas destas viagens geraram registros, sejam eles escritos ou imagéticos, contribuindo para o que ROCHE (2003, p.20) chama de uma “geografia intelectual”. São extensas a bibliografia, as coleções fotográficas e a filmografia de

²⁹ Nessa perspectiva é estimulante o trabalho de Daniel Roche, *Humeurs Vagabondes: de la circulation des hommes et de l'utilité des voyages*. Paris: Fayard, 2003.

viajantes ou sobre viagens, como bem analisa o autor³⁰. Esses deslocamentos comentados implicam-se, também, em referências de cultura material, objetos que marcam passagens, contam histórias: troféus de viagem, sagrados ou profanos, provas ou lembranças de que “estive lá”. Da relíquia à arte turística, os lugares distantes ganham uma materialidade resumida, como objeto de proximidade e de afeição.

Nas Ciências Sociais a viagem pode adquirir valor teórico e metodológico, como recurso comparativo: através dela emergem discursos e reflexões sobre passado e presente, sobre longínquo e próximo, sobre identidade e diferença, ou sobre o eu e o outro. São as viagens instruídas que permitem que povos, nações, sociabilidades, pensamentos, culturas ou formas de organização social, sejam confrontados (IANNI, 2000).

Para James Clifford (2000), o termo “viagem”, numa acepção moderna, pressupõe certo grau de liberdade e autonomia. Este pensamento já marca uma diferença no que chamamos de “turismo moderno”, conforme veremos a seguir.

As bases estruturais do turismo moderno, ou seja, do que entendemos, hoje, como “turismo”, surgem, por volta, do século XVIII e se consolidam no século XIX. Já os primeiros estudiosos científicos do Turismo, só aparecem no início do século XX. A partir daí, vários pensadores, de diferentes áreas de conhecimento, que se debruçaram sobre o tema, buscaram elaborar, até os dias de hoje, definições, limites e teorias para a compreensão do que passaram a chamar de “fenômeno turístico”. Dentro dos estudos de Teoria do Turismo, costuma-se dizer que o turismo é um fenômeno social, econômico e cultural, podendo ocorrer espontaneamente, ou de forma planejada e induzida. O “turismo, como fenômeno” diferencia-se do “turismo, enquanto atividade”, que corresponderia a toda parte prática, envolvida, principalmente, na prestação de serviços ao turista.

Antropologicamente, sabemos que as ideias de viagem, turismo, viajantes e turistas foram construídas ao longo do tempo, através da literatura e dos relatos de viagem. Olhando pelo retrovisor, durante o período colonial, no Brasil, encontraremos viajantes-descobridores, viajantes-conquistadores e cronistas de viagem. Geralmente, produziam textos de caráter realista, preocupando-se em descrever as novas terras, a paisagem, as formas de fauna e flora, a possibilidade da presença de riquezas, os costumes nativos e as diferenças frente ao comportamento europeu. Foram responsáveis também pela construção e estabilização de imagens/ imaginação de “Brasil”, que chegariam até a Europa.

³⁰ Sobre a relação entre viagem moderna e a fotografia ver: SEGALA, Lygia. *Bumba meu Boi Brasil. O Brasil de Marcel Gautherot*. São Paulo: Instituto Moreira Salles, 2001 pp. 26-57.

A curiosidade e o interesse científico fizeram chegar os viajantes naturalistas. Em uma proposta de descrição mais detida do território, estes viajantes buscaram, na experiência da viagem, a compreensão do mundo e de sua própria existência nele. Seus objetivos eram o de observar, comparar, inventariar, investigar e, por vezes, ilustrar suas descobertas, através de desenhos e pinturas. Escreveram diários de viagem e organizaram estas experiências na forma de publicação. (FIGUEIREDO e RUSCHMANN, 2004).

Outra forma de viagem que serviu de base para o surgimento do turismo moderno, foram os *Grand Tours*. Eram viagens feitas por jovens estudantes, recém-saídos das renomadas Universidades inglesas, os quais acompanhados por um tutor, circulavam principalmente pela França e pela Itália, no intuito de aprender sobre as antigas civilizações, e visitar os monumentos e obras de arte, famosos da época³¹. Consideradas viagens complementares aos estudos universitários, surgiram no século XVII, na Inglaterra, e ofereciam, a quem as empreendesse, um status sociocultural. Habilitavam-se, assim, a ocupar cargos importantes no governo inglês.

O fenômeno do *Grand Tour* foi [...] acima de tudo inglês, e isto se explica pelas circunstâncias vividas por aquela nação à época: a Inglaterra havia triunfado na Índia e na América do Norte, e era a nação que estava liderando o mundo no comércio e nos métodos industriais e agrícolas de produção. Grupos nacionais, direta ou indiretamente se beneficiavam da geração de riqueza no próprio país e por todo o mundo sob seu controle, o que fazia aumentar, mais do que em qualquer momento anterior, o dinheiro para gastar com o prazer. (SALGUEIRO, 2002, p. 292).

Ainda segundo a historiadora Valéria Salgueiro (2002), esta atividade consolida-se no século XVIII, configurando um novo tipo de viajante, o *grand tourist*, diferente do viajante descobridor ou conquistador. Ele não era, também, o missionário ou o peregrino; nem o estudioso ou o cientista natural, mas um viajante amante da cultura e de monumentos. Um viajante, acima de tudo, com recursos e tempo para a prática social de viajar, por puro prazer e por amor à cultura. Bem mais próximo da definição de “turista”, que temos hoje.

Em fins do século XVIII, o aumento do número de vias terrestres, a descoberta da máquina a vapor (e, posteriormente, da locomotiva), a introdução de ferrovias para os deslocamentos, o surgimento do telégrafo, como meio rápido de comunicação, além das transformações sociais propiciadas pela Revolução Industrial, contribuíram para uma maior regularidade e um maior desenvolvimento das viagens. (SILVEIRA e MEDAGLIA, 2006).

³¹ Existia também o *Petit Tour* que, como o nome propõe, era uma viagem, como as mesmas características do *Grand Tour*, só que passando por menos lugares.

Embora, no início, o *Grand Tour* tenha sido essencialmente praticado por jovens aristocráticos, com as transformações produzidas pela Revolução Industrial passou, também, a ser um hábito dos filhos de uma classe média urbana, formada pelos burgueses prósperos e emergentes. Segundo o historiador Mário Jorge Pires (2001), reflexos dessa prática de *tour* aparecem, aqui no Brasil, nas viagens à Europa, que os barões de café incentivavam seus filhos a fazer. Podemos também identificar resquícios desse *grand tourist*, na atualidade: nas viagens que os jovens, especialmente europeus, empreendem para conhecer o “mundo”, logo depois de saírem das Universidades, de mochila nas costas.

Considerada outro fato importante, no surgimento do turismo moderno, está a divisão entre “tempo livre” e “tempo de trabalho”. Esta nova perspectiva na concepção de tempo, fruto da Revolução Industrial, foi seguida por outras conquistas trabalhistas, como as férias anuais, o piso salarial e a aposentadoria, que valorizaram a busca pelo lazer, diversão, descanso, e viagens. Segundo Silveira e Medaglia (2006), a alteração dos períodos de trabalho e de ócio representou uma mudança significativa na estrutura de poder da sociedade e, por conseguinte, nas viagens. Magalhães afirma que, sem a proletarização não seria possível a constituição da sociedade de consumo e, conseqüentemente, do turismo. Antes, não havia divisão entre “tempo de trabalho” e “tempo livre”, e, mesmo que houvesse, o “tempo livre não era destinado ao povo. “É a divisão do trabalho capitalista, aliada às novas tecnologias então desenvolvidas, que dará condições para o surgimento desta prática [o turismo], seu desenvolvimento e sua consolidação”. (MAGALHÃES, 2006, p. 4-5).

Ainda pontuando fatos que marcaram o surgimento do turismo moderno, chegamos a um personagem de grande importância: o inglês Thomas Cook, considerado, inclusive, o “pai do turismo moderno” e o “pai das agências de viagens”. Vendedor de bíblias e fervoroso defensor dos ideais protestantes anabatista, Cook organizou, em 1841, uma viagem para um grupo de 570 pessoas, interessadas em participar de um congresso antialcoólico, saindo da cidade de Leicester com destino à cidade de Loughborough, na Inglaterra. Para isso, fretou um vagão de trem e ofereceu uma passagem que incluía hospedagem, alimento e diversão durante a viagem. Estava inaugurado, assim, o “pacote turístico”. A viagem fez tanto sucesso, que Cook decidiu organizar outras, que possibilitassem às pessoas conhecerem lugares. Percebendo que suas viagens geravam lucro, decidiu tornar esta atividade, profissão, abrindo, em 1851, em Leicester, aquela que é considerada, hoje, na literatura especializada, a primeira agência de viagens do Ocidente: a *Thomas Cook & Sons*.

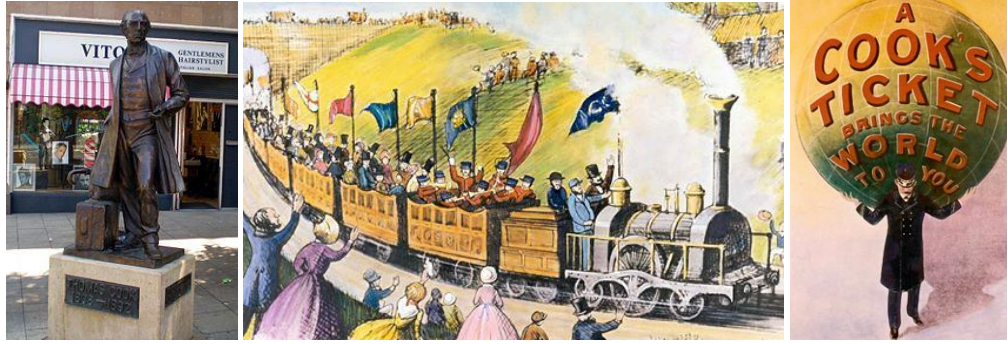


Fig. 01: Estátua de Thomas Cook na estação de trem da cidade de Leicester, Inglaterra.

Fig. 02: Ilustração de como teria sido a viagem que Cook promoveu, de Leicester a Loughborough. **Fig. 03:** Cartaz publicitário da agência Thomas Cook & Sons: “um ticket do Cook leva o mundo até você”. Fonte: <http://turismocriativo.blogspot.com.br/2010/01/origem-das-agencias-de-viagens.html>. Acesso em 03 de abril de 2016.

Atribui-se a Thomas Cook a publicação do primeiro itinerário descritivo de viagem, preparado de forma profissional para o uso de turistas (o *Handbook of the Trip*), a realização do primeiro *tour*, com a participação de guias de turismo, a criação do primeiro cupom de hotel (o *voucher*), a realização do primeiro *tour*, ao Oriente Médio, e a primeira volta ao mundo, com nove pessoas durante 222 dias. Conta-se que esta última viagem, serviu de inspiração ao escritor francês Julio Verne para o seu livro *A Volta ao Mundo em 80 dias*. (REJOWSKI, 2002).

Resumidamente, podemos dizer que no final do século XIX, o turismo moderno já mobilizava um grande número de pessoas. Este modelo de turismo considerado “de massa”, surgido na Europa, espalha-se, então, pelo mundo.

1.2.2 O campo transdisciplinar do turismo. Forasteiros, turistas e viajantes. Ir, estar, voltar.

Segundo o dicionário Houaiss, a palavra “turismo” surgiu pela primeira vez, no século XX, não especificando a data. Teve origem nas palavras *tour* (francês) e *turn* (inglês) com a raiz no latim *tornus* e *tornare*. Com o tempo, foi assumindo o significado de tornar, retornar e girar, dando a ideia de viagem de ida e volta. (BARRETTO, 2008). Já a palavra “turista” segundo Luis Fernandes Fuster (1974), foi publicada, pela primeira vez, em 1800 no *The Shorter Oxford English Dictionary* com a seguinte definição: “aquele que faz um *tour* ou *tours*. Aquele que faz isso por recreação; quem viaja, por prazer ou cultura, visitando um número de lugares, objetos de interesse, cenário ou semelhante”. Em 1881, a palavra

“turismo” passou a constar no mesmo dicionário, sendo definido como sendo: “a teoria e a prática de ir e voltar (*touring*); viagem motivada por prazer”.

Alexandre Panosso Netto (2010) escreve que, em fins do século XIX, a questão dos deslocamentos de pessoas, entre países, acabou despertando interesse entre estudiosos. O primeiro trabalho científico no campo do turismo de que se tem notícia, teria sido publicado em Zurique, em 1883, com o título: *Relatório oficial sobre a indústria hoteleira suíça*³², de autoria de Eduard Guyer-Freuler. Em 1905 foi publicado, na Suíça, o *Dicionário manual de economia, política social e administração*, onde se encontram impressas as primeiras definições de turismo. (NETTO, 2010). Ainda segundo Panosso Netto, os primeiros estudos sobre turismo apresentavam duas vertentes: 1) a sociológica, que analisava os deslocamentos, o “tráfego de forasteiros” e as mudanças que eles causavam no homem, tanto em aspectos gerais, como em sua educação, cultura e modos de vida (de vestir, falar etc) e 2) a econômica: que analisava formas de propiciar e facilitar esses deslocamentos transformando-os num setor da economia.

Contudo, são Walter Hunziker e Kurt Krapf os considerados pais do estudo do turismo moderno. No *Tratado de uma teoria geral do Turismo* (1942), unem visões sociológicas e econômicas do turismo que, até então, prevaleciam. Inicia-se uma nova fase dos estudos turísticos, mais fortemente amparados em outras ciências, como a sociologia, a economia, a estatística, a engenharia, a geografia.

Não existe uma definição única de “turismo”. Pelo fato de os seus estudos, considerados, ainda, um campo não-científico. E, possuírem um caráter multidisciplinar e transdisciplinar, os diferentes estudiosos que se debruçaram sobre o tema, acabaram por elaborar diferentes definições, conceitos e métodos de investigação, geralmente ligados às suas áreas de pesquisa.

Um livro que buscou ser uma das mais completas obras, produzidas sobre a teoria do turismo, foi a do professor e pesquisador espanhol Luís Fernandes Fuster (*Teoría y Técnica del Turismo*, Tomos I e II) publicada em 1967. Aqui, Fuster apresenta uma definição bem extensa de “turismo”, pois já levava em conta a preocupação com a população local, que recebe o turista:

(...) por um lado, conjunto de turistas, que cada vez são mais numerosos; por outro, são os fenômenos e relações que esta massa produz em consequência de suas viagens (...) é todo o equipamento receptivo de hotéis, agências de

³² Título em alemão: *Das Hotelwesen der Gegenwart*.

viagens, transportes, espetáculos, guias-intérpretes, etc, (...) são as organizações privadas ou públicas (...) as campanhas de propaganda (...) a criação de escritórios de Informação; a criação de escolas para o ensino do Turismo; o estudo do Turismo para definir as linhas gerais da política a ser seguida (...) os efeitos negativos ou positivos que se produzem nas populações receptoras (...) é também, paradoxalmente, o efeito que se produz num núcleo receptor quando se corta a afluência turística. (FUSTER, 1974, págs. 28-29. Tradução minha).

Em 1991, para superar as dificuldades causadas pelas variadas definições, a Organização Mundial do Turismo (OMT)³³ realizou a Conferência Internacional de Estatísticas em Viagens e Turismo, criando terminologias específicas para cada setor; todavia, mesmo elas não estão livres das críticas. A definição da OMT tem um viés econômico e mostra uma preocupação com questões políticas, técnicas, estatísticas, comerciais e normativas, não abordando aspectos conceituais, mais ligados aos diferentes tipos de turistas, com suas culturas e posições sociais características. Sua definição é adotada por dezenas de países e de organismos e vem moldando a compreensão “oficial” de turismo. Segundo a OMT:

o turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras. (OMT, 2001, pág. 38).

A definição da OMT apresenta três critérios: 1) envolve um deslocamento, fora de seu lugar habitual de residência; 2) a viagem deve ocorrer por qualquer propósito, diferente do que seja remunerado, no lugar visitado; e 3) é mencionada, somente, a duração máxima da visita e não, uma duração mínima. Esta definição exclui das estatísticas, os viajantes com trabalho remunerado no destino, mas, somente, em três casos: trabalhadores fronteiriços, imigrantes temporários e imigrantes permanentes.

Na distinção entre “viagem” e “turismo” assim esclarece Margarita Barretto:

Embora alguns círculos, principalmente leigos, vejam o turismo apenas como “a indústria de viagens de prazer”, trata-se de algo mais complexo do que um simples negócio ou comércio. [...]. Há no turismo um elemento dinâmico – a viagem – e um elemento estático – a estada. Porque a viagem e a estada acontecem fora do lugar de residência, as pessoas desenvolvem atividades diferentes de seu cotidiano. O movimento de pessoas também é particular, por ser temporário – o turista sempre pensa em voltar para casa em pouco tempo. A visita ao local não visa ao lucro, portanto as motivações devem obedecer a razões espirituais ou vitais, mais próprias e íntimas. (BARRETO, 2008, p. 12).

³³ A OMT é uma agência especializada ligada à Organização das Nações Unidas (ONU) e configura-se na principal instituição internacional no campo do turismo.

A ideia de *estada* ou *estadia* é importante, caracterizando ritmos determinados à experiência do deslocamento. *Ir, ficar temporariamente e voltar*, distinguem-se das práticas do turismo, de errância, de fuga forçada e de exílio. Nestes últimos, a dor, o sofrimento e a saudade, geralmente, sobrepujam as possibilidades das descobertas e do deleite.

Seguindo Panosso Netto (2010), existem três visões distintas de turismo: i) a *visão leiga*, em que turismo é descanso, conhecimento de novos lugares e de pessoas, boa comida e bebida, status social, fuga do estresse cotidiano, prêmio merecido, após um período de trabalho, férias, viagem para longe, não fazer nada, estando distante de casa; ii) a *visão empresarial*, em que o turismo envolve oportunidade de ter renda e lucros financeiros; empregabilidade, para os trabalhadores do setor; busca de investimentos para aumentar um negócio; conjunto de bens e serviços, que são oferecidos aos viajantes; elaboração de produtos turísticos, para que possam ser transformados em oferta a ser consumida; geração de riquezas, na localidade; pensamento estratégico, na criação de campanhas de marketing de destinos; trabalho no tempo de lazer dos outros, “negócio do ócio”, e a *visão acadêmico-científica*, na qual o turismo é relacionado à possibilidade de inclusão social; desenvolvimento de ações para minimizar seus impactos negativos e maximizar os positivos; coleta e análise de dados qualitativos e quantitativos; produção de conhecimentos críticos na busca de sua melhor compreensão; implantação de políticas públicas de turismo; estudos interdisciplinares que envolvam a sociedade em todos os seus aspectos econômicos, políticos, culturais, sociais e ambientais, buscando de resolução de algum problema causado pelas viagens; análise e previsão de tendências de desenvolvimento do turismo.

A tentativa de definição do que é “turismo”, também é objeto de disputa, dentro do campo da Antropologia do Turismo, resultando em diferentes correntes e conceitos. Nos debates, é estabelecida, quase sempre, uma distinção entre o viajante individual e o turista de massa. O sociólogo britânico John Urry afirma que uma das primeiras formulações sobre o turismo, por sociólogos e antropólogos, seria a análise do historiador norte-americano Daniel Boorstin, cuja principal obra, sobre o tema, foi o livro *The image: a Guide to Pseudo-Events in America* (1992). Esta obra de Boorstin é um livro de ensaios sobre a sociedade americana. Ele escreve numa época (década de 1960) em que o turismo de massa, organizado na forma de pacotes vendidos por agências de viagens, nos Estados Unidos, estava no seu auge. Para ele, a viagem seria um procedimento ativo (relacionada à experiência do “estar lá”), enquanto o turismo seria um procedimento passivo, que estaria restrito ao “ver e ouvir”. Para chegar a

essa tese, ele realiza várias análises críticas da atividade turística, em especial a que ocorre na sociedade norte-americana.

Boorstin (1992) percebe a atividade turística como a promoção e o consumo de “pseudo-acontecimentos”. Afirma que o turismo de massa promove viagens, guiadas em grupos, e que seus participantes encontrariam prazer em atrações inventadas, com pouca autenticidade, não levando em consideração o mundo “real”, em torno deles. Conseqüentemente, os promotores do turismo e as populações nativas seriam, desta forma, induzidos a produzir exposições, cada vez mais extravagantes para o observador de boa-fé, por outro lado, se afastasse ainda mais da população local. Ainda segundo Boorstin, as visitas dos turistas seriam feitas, sob a proteção de uma “bolha ambiental”, que isolaria o turista da estranheza do ambiente, que o cerca e o hospeda (URRY, 2001, pág. 23). Para ele, o turista americano moderno nada mais faz, que saciar a sua experiência com pseudo-eventos, deixando-se motivar e guiar, sobretudo, por “fantasias e expectativas extravagantes”. Essa “artificialidade” da “experiência turística americana moderna” seria antagônica ao paradigma da “viagem”. Trabalhando com a ideia da viagem como devedora da tradição do *Grand Tour*, Boorstin diz que a mesma seria desconfortável, difícil e muito mais cara, que o “deslocamento turístico”; em contrapartida ofereceria prazeres sofisticados, associados à convivência com eruditos e à apreciação das pinturas, das esculturas e das ruínas de antigas civilizações...

O exercício classificatório e valorativo dos estudos acadêmicos, realizados sobre o turismo, notadamente pela geografia e pela antropologia, vem sendo, até hoje, objeto de reflexões e resenhas, em publicações especializadas. Jafar Jafari (1994), PhD em Antropologia Cultural e Professor de Hospitalidade e Turismo da Universidade de Winsconsin-Stout, EUA, estabelece quatro plataformas de estudo do turismo, a saber:

1) Plataforma de Defesa: reúne os trabalhos que advogam seu caráter positivo. Aqui estão reunidos os trabalhos de planejadores, especialistas e economistas, envolvidos com turismo. A perspectiva é a do turismo, visto como fonte de riqueza, trabalho e renda, em detrimento de uma perspectiva crítica, em relação a problemas sociais, ambientais ou econômicos.

2) Plataforma de Advertência: aponta para o que se consideram graves problemas sociais, advindos da atividade turística, tais como, a prostituição, a dependência econômica, a desestruturação de valores e práticas culturais e a degradação de ambientes naturais. Nessa linha de pensamento estão reunidos trabalhos de pesquisadores, ligados à área das ciências sociais, movimentos religiosos, organismos públicos, e até, a mídia.

3) Plataforma de Adaptação: reunidos aqui estão os trabalhos que apontam formas alternativas de turismo, as quais podem ter um impacto menor, que o tradicional turismo de massa, como o Turismo de Base Local e o Ecoturismo. Um dos autores que faz parte desse grupo é a Valene Smith.

4) Plataforma de Conhecimento: o principal objetivo, dos representantes dessa Plataforma é a formação de um corpo científico de conhecimento, sobre o turismo. Os autores que aqui se enquadram, buscam superar a perspectiva maniqueísta, procurando desenvolver uma abordagem holística do fenômeno, e ficando, não apenas, nos impactos, ou na forma, mas na pesquisa de um entendimento integral dos fenômenos. Alguns dos representantes dessa Plataforma são Dean MacCannell, Denisson Nash, Theron Nuñez, Nelson Graburn, John Urry, além do próprio Jafar Jafari.

Dentro desses quadros interpretativos, a ideia do *turista*, também, se ressignifica. Segundo a revisão acadêmica de John Urry (2001), é, a partir do século XIX, que aparece, então, um novo significado, associado ao viajante: a do turista, que procura prazer (*pleasure seeker*). Segundo Urry (2001), Boorstin (1964) diria que este “novo viajante” é um mero “espectador, afirmando que, um dos elementos desencadeadores desse processo de transformação, do viajante em turista, foi o *package tour* (pacote turístico), quando providências de viagem receberam uma embalagem. Ou seja, os procedimentos associados às atividades necessárias (e trabalhosas) da viagem, passam a ser oferecidos como serviços, na condição de mercadorias acessíveis à compra por anônimos. Promovem-se à condição de bens comercializáveis, elementos que anteriormente eram vivenciados, como experiência de viagem de particulares. Os “riscos”, que o turista corre, passam a ser passíveis de proteção, visto que são submetidos a serviços de seguros pela própria agência de viagem. Este elemento “dos riscos”, aos quais o turista está sujeito na sua viagem, será muito importante, nas discussões posteriores deste trabalho, em especial, no Complexo do Alemão. Outro elemento importante para o contraste dos dois paradigmas, (o da viagem e a do turismo), é a relação de alteridade. Segundo Boorstin (1964), no da viagem, trata-se de “ir ao encontro dos nativos”. Não se teria, por exemplo, certeza quanto ao local de hospedagem, sendo, desta forma, necessário confiar em quem faz indicações. O “acolhimento”, a recepção a quem chega, depende necessariamente de interlocutores, encontrados pelo caminho. Já no segundo modelo, o viajante-turista é poupado de entrar em contato com os “locais”, uma vez que os intermediários estão sempre imaginando “insular o turista do mundo da viagem”. O turista tem negociado para ele e definido, por terceiros, a hospedagem, as refeições, o transporte e o

entretenimento. No dizer do autor, é colocado para os turistas, pelos intermediários e representantes das agências, um tipo de interação entre “nativos sanitizados”. Esta “experiência mediada” ou “experiência guiada” será, também, um ponto importante de discussão, neste trabalho de pesquisa, em capítulos posteriores. Até que ponto o turista que visita os assentamentos informais, especialmente o Complexo do Alemão, realmente, percebe e vivencia nuances da condição de vida do morador local?

Nas suas reflexões sobre “viagens” e “turismo”, Boorstin (1964), também, leva em consideração, os meios de transporte. Para ele, os melhoramentos dos meios de mobilidade urbana teriam proporcionado conforto e velocidade, nos deslocamentos físicos. Em contrapartida, ao usuário teria sido subtraído o desfrute da paisagem, prejudicando, segundo ele, a experiência do “ter ido lá”. Esta é outra reflexão, que nos será útil no estudo das linhas de teleférico do Complexo do Alemão e da Comuna 1, como formas de deslocamento dos turistas, como atrativo turístico, isolando-o do contato com o espaço social local.

De acordo com John Urry (2001), fazendo um contraponto às ideias de Boorstin, está Erik Cohen, professor do Departamento de Sociologia e Antropologia Social da Universidade Judaica de Jerusalém. Cohen, além de dizer que não existe apenas um tipo de turista, mas uma variedade deles ou dos modos da experiência turística, defende a tal “bolha ambiental”, dizendo que, não fosse por ela, não seria possível a muitas pessoas, visitarem, ou estabelecerem contato com lugares, para elas, “estranhos”. Também afirma que, até que esses lugares possam desenvolver uma ampla infraestrutura turística, é impossível escamotear boa parte da “estranheza” de tais destinações, e embarcar em um conjunto de “pseudoacontecimentos”. Contudo, ainda segundo Urry (2001), o desafio mais significativo, à posição de Boorstin, foi desenvolvido pelo professor e doutor em sociologia, Dean MacCannell. Nos seus livros, dentre eles no clássico *The Tourist: the new theory of the leisure class* (1976), MacCannell se mostra preocupado com a inautenticidade e a superficialidade da vida moderna. Para ele, todos os turistas personificam a busca da autenticidade, e, essa busca é uma versão moderna da preocupação humana, universal, com o sagrado. O turista seria uma espécie de peregrino contemporâneo, procurando autenticidade em “outras épocas” e em “outros lugares”, distanciados da sua vida cotidiana. Ainda, segundo MacCannell, os turistas demonstrariam um especial fascínio pelas “vidas reais” dos outros, que, de certo modo, possuiriam uma realidade difícil de descobrir, em suas próprias experiências. Esta teoria da “busca por autenticidade” de MacCannell foi uma das utilizadas

pela socióloga, Bianca Freire-Medeiros, para justificar a visitação de turistas a favelas, no Rio de Janeiro.³⁴

No capítulo 5 - chamado *Staged Authenticity* - do livro *The Tourist*, o autor acredita, que essas “vidas reais” podem ser encontradas, apenas, nos bastidores, e que, não são, imediatamente, evidentes, para nós. O olhar do turista implicaria uma invasão óbvia na vida das pessoas, o que seria inaceitável. Por isso, tanto as pessoas observadas, quanto os promotores do turismo passariam, gradualmente, a construir bastidores para receber os turistas, de maneira forçada e artificial. Estes “espaços turísticos” construídos seriam organizados, em torno de uma “autenticidade encenada”, não só para se protegerem de invasões, nas suas vidas, como para tirarem vantagem das oportunidades que isso apresenta, para um investimento lucrativo. (MacCANNEL, 1976).

Silvana Miceli de Araújo (2001)³⁵, confrontando as ideias de Boorstin e MacCannell vai dizer que, para este último, o turista anseia por ir além do que lhe é, normalmente, mostrado dos lugares que visitam. Diferentemente de Boorstin, MacCannell constata que o turista não se satisfaz com um conhecimento de fachada, superficial, e que, também, quer penetrar nos bastidores dos lugares, por onde anda. Apoiado nos conceitos goffmanianos de *front* e *back region*, dirá que a busca, pelas experiências autênticas, leva o turista a acreditar no que está experimentando, como fato autêntico, uma vez que, os bastidores preparados para sua visitação são apreciados, como sendo “originais”.

Para MacCannell, ainda dentro da análise de Silvana Miceli de Araújo, o “viajar” tornou-se um valor, e quase uma necessidade. A condição de “turista” passa a ser uma identidade social, criada pelas condições reais de funcionamento da sociedade moderna, e que, uma das maneiras de se analisarem as formulações, dentro das quais, essa identidade turística ganha significado, seria por meio do estudo das narrativas da miniatura, do gigantismo, do *souvenir* e da coleção. Os *souvenirs* e as “coleções”, podem ser vistos como fazendo parte de um sistema de objetos que mediatizam experiências, no tempo e no espaço. Esta última afirmação é desenvolvida pela autora Susan Stewart, no livro *On longing: narratives of the miniature, the gigantic, the souvenir, the collection* da University Press, 1993. No capítulo 4, deste trabalho de pesquisa, utilizo esta teoria, quando analiso dois *souvenirs* turísticos, miniaturas da cidade de Medellín. Os *souvenirs*, vendidos no entorno da estação Palmeiras do Complexo do Alemão, também são objetos de análise no capítulo 3.

³⁴ Ver especialmente o livro escrito por Freire-Medeiros, sobre o tema “turismo em favelas no Rio de Janeiro”, *Gringo na Laje* (FGV, 2009).

³⁵ No capítulo “Artifício e autenticidade: o turismo como experiência antropológica” In: JÚNIOR, Álvaro Bnaducci e BARRETTO, Margarita (orgs.). Turismo e Identidade Local: uma visão antropológica, 2001.

John Urry (2001), avaliando as ideias postas por estes autores, afirma que:

parece incorreto sugerir que a busca da autenticidade é a base da organização do turismo. Na verdade uma característica principal parece ser a de que existe uma diferença entre o lugar normal de residência/trabalho e o objeto do olhar do turista. Pode ocorrer que a procura daquilo que consideramos ser os elementos autênticos constitua um componente importante, mas isso se dá apenas porque existe, em certo sentido, um contraste com as experiências cotidianas” (URRY, 2001, pág. 28).

Para Urry (2001), existem objetos únicos, famosos em todo o mundo. O turista empreende, uma espécie de peregrinação, para ir conhecê-los (a *Torre Eiffel*, o *Empire State Building*, entre outros), como se estivessem indo a um centro sagrado. Segundo ele, o modo de olhar do turista, lê paisagens, à procura de significantes, ou de certos conceitos e signos, preestabelecidos, que derivam dos vários discursos, já estabilizados e solenizados, da viagem e do turismo.

É difícil conceber a natureza do turismo contemporâneo sem ver como tais atividades são literalmente construídas em nossa imaginação pela propaganda e pela mídia, bem como pela competição consciente entre diferentes grupos sociais (...). O turismo envolve necessariamente o devaneio e a expectativa de novas e diferentes experiências, que divergem daquelas normalmente encontradas na vida cotidiana. Tais devaneios não são autônomos, porém. Envolvem o trabalho com a propaganda e outros conjuntos de signos, gerados pela mídia, muitos dos quais dizem respeito claramente a processos complexos de emulação social. (URRY, 2001, pág. 30).

Estas últimas reflexões de Urry, se mostram importantes, quando demonstrarmos, em outros capítulos, o quanto a novela *Salve Jorge*, transmitida pela Rede Globo de Televisão, influenciou a visita turística do Complexo do Alemão.

1.3. Turismo e assentamentos informais

Um assentamento informal pode ser definido como um fenômeno urbano, presente nas principais cidades do mundo. Definido como *slum*, pela UN Habitat, - agência das Nações Unidas – se apresenta, em geral, como área degradada de uma determinada cidade, caracterizada por moradias precárias, onde é comum a não-existência de infraestrutura urbana - saneamento básico, transporte público, calçamento, entre outras, – ou regularização fundiária. As causas da formação desse espaço são diversas, e respondem a uma situação histórica e política, particulares, que devem ser analisadas, caso a caso. Sua relevância social

e acadêmica, contudo, não pode ser desprezada ou ignorada, já que está diretamente ligada a questões econômicas, sociais, políticas, e de crescimento da população.

É importante observar que, dentro do pensamento antropológico, estes espaços não podem ser generalizados: nem entre aqueles de uma mesma cidade, nem entre aqueles diferentes países, onde estão presentes. São, inclusive, identificados por diferentes nomes nas diferentes localidades, onde aparecem. Na América Latina, podemos encontrá-los sob denominações, como: favela, *barrio bajo*, *barrio de chabola*, *tugúrio*, *champerío*, *villa miséria*, *cinturón de miséria*, entre outros. Essas diferentes denominações, que, em inglês são resumidas nas palavras *slum* ou *shantytown*, descrevem realidades sócio-políticas específicas, implicadas. Se tomarmos, como exemplo, o Brasil e a Colômbia, observamos que, no Brasil, estes assentamentos informais são chamados, genericamente, de “favelas”.

Há mais de cem anos, as favelas do Rio de Janeiro se constituem em objeto de reflexão de diversos atores sociais provenientes dos mais variados campos do conhecimento e de múltiplas instituições tanto do poder público, como da sociedade civil (MEDEIROS e VALLADARES, 2003, p. 09).

É desta forma que Lidia Medeiros e Licia Valladares apresentam o livro-catálogo “Pensando as favelas do Rio de Janeiro”, em que realizam um levantamento bibliográfico sobre o tema “favela”, dentro de um recorte temporal, que começa em 1906, indo até o ano 2000. Na obra, as sociólogas reúnem, um total de, 668 títulos científicos, escritos sobre favela, na forma de livros, teses, artigos em periódicos, relatórios de pesquisa, e *papers*. Dentro do período pesquisado, a publicação do engenheiro Everardo Backheuser, *Habitações Populares*, de 1906, é apontado, por elas, como sendo o trabalho científico pioneiro discorrendo sobre esse tipo de aglomeração urbana. Ele inaugura um interesse de pesquisa sobre a favela, compartilhado por jornalistas, arquitetos e urbanistas, cientistas e assistentes sociais, profissionais da saúde e, mais recentemente, por bacharéis em turismo e pesquisadores, que tomam o “turismo em favela”, como objeto de análise.

Agrupando as publicações pesquisadas, as autoras distinguem três momentos de produção científica. O primeiro momento é situado entre o início do século XX e o final dos anos 1940. Elas definem este momento, como sendo “pouco expressivo” em número de publicações, mas “bastante significativo”, em termos de ideias e representações. Afirmam que, nos estudos realizados neste período, os pesquisadores pensam a cidade e suas reformas urbanas. Nestas reflexões estariam contidas descrições de algumas favelas, bem como de seus moradores. É característica das produções científicas desta “fase”, uma visão moralista sobre

a favela e seus moradores, bem como a apresentação de propostas de projetos político-administrativos, assistencialistas e educativos. Medeiros e Valladares (idem) consideram esse período, significativo, pois são estas publicações influenciaram o pensamento sobre o tema décadas depois, e seria o ponto de partida para toda uma produção baseada na dualidade “favela-cidade”, no Rio de Janeiro.

Segundo as autoras, a divulgação dos primeiros dados estatísticos, oficiais do Censo de 1950, evidenciam uma realidade social e urbana, complexa, da cidade, contribuindo para a inauguração, no final da década de 1950, do olhar das Ciências Sociais sobre as favelas. Consideram aqui uma área ampliada das Ciências Sociais, área que engloba campos de conhecimento, como a Sociologia, a Antropologia, as Ciências Políticas, a História, a Geografia, a Economia, a Demografia, o planejamento urbano, a Arquitetura e o Urbanismo.

Na década de 1970, Medeiros e Valladares identificam que as favelas foram incorporadas, como tema de pesquisa, quando as universidades brasileiras estruturaram suas pós-graduações. “Transformadas em *locus* de pobreza, tornaram-se locais privilegiados de estudos referentes, não só à habitação popular, mas à pobreza urbana, em suas várias dimensões, às desigualdades e à exclusão social” (MEDEIROS e VALLADARES, 2003, p. 12). Situam um *segundo momento*, das pesquisas científicas sobre favelas, na década de 1980, ligado ao interesse, despertado pelas políticas de remoção de favelas, no Rio de Janeiro, e à atuação das diversas agências públicas, que estendem seus serviços aos moradores das favelas. O *terceiro momento* é identificado, a partir da década de 1990, quando os estudos sobre favela, segundo Medeiros e Valladares, apresentam dois assuntos principais: o primeiro, com temas ligados às intervenções, promovidas pelo poder público e pelas ONGs (Organizações Não-Governamentais), distanciando-se das práticas de remoção que foram o foco da atenção de pesquisas anteriores, em especial, nos anos 1960 e 1970; e o segundo, com temas ligados à percepção social da violência urbana. Nesta década, o interesse pela favela aparece, enquanto território, onde o governo desenvolve e negocia políticas públicas e as ONGs e Universidades promovem ações sociais, e pesquisas. As favelas passam a alimentar o debate, em torno da “cidade partida” que insiste na dicotomia “favela-asfalto”, como matriz de análise.

Vale lembrar que esta cidade dual, “morro-asfalto”, se tornou jargão popular, principalmente depois da publicação do livro *Cidade Partida*, do jornalista Zuenir Ventura, em 1994. No livro, o autor estuda a favela carioca de Vigário Geral, vivenciando *in loco*, por dez meses, um suposto “*apartheid* social [que] provocou o surgimento de “bárbaros”, que

agora ocupam pontos, situados no alto dos morros³⁶”, e que teriam transformado um “saudoso e paradisíaco Rio de Janeiro da Bossa Nova”, num campo de guerra, onde seu livro faria o papel de um diário “contra a barbárie e a favor da cidadania”.

Ao final do século XX, as publicações, sobre o tema “favela”, aumentam, e aparece um novo recorte analítico, desta vez privilegiando aspectos da cultura popular, em suas variadas manifestações, a juventude e as *galeras*, as organizações populares, os movimentos de moradores e a violência, que inclui temas, como criminalidade, tráfico de drogas, democracia e cidadania. Hoje, no século XXI, somos convidados a ouvir discursos³⁷ políticos, estaduais e municipais, que defendem, – e afirmam existir –, uma “cidade integrada”, onde haveria uma diminuição de disparidades, entre a *favela* e o *asfalto*. Parte dessas ações para “integração”, passa por políticas públicas de governo, no âmbito municipal, estadual e federal, como o PAC (Programa de Aceleração do Crescimento) e a instalação de UPPs (Unidades de Polícia Pacificadoras), em favelas³⁸. Estas políticas públicas e os discursos de integração são importantes, para a proposta reflexiva, que pretendo desenvolver, nesta minha pesquisa. Uma das hipóteses é a de que estes Programas de “integração” favela-asfalto (o PAC e as UPPs), são fatores importantes na construção da favela, como atrativo turístico. Fizeram-nos acreditar, no senso comum, numa certa “sensação de segurança”, no consumo simbólico dos “lugares de pobreza”, neutralizando, de certo modo, a representação da favela enquanto *locus* de violência.

Cabe notar que, utilizando os estudos de VALLADARES (2005), as representações das favelas do Rio de Janeiro, passaram por uma construção social que começa com a consideração, deste fenômeno urbano, como um mundo rural, presente na cidade. Essa percepção, que pode ser situada na primeira metade do século XX, adquire vários nuances ao longo do tempo. Na cidade, os primeiros estudos que se interessaram em detalhar cenas urbanas e personagens populares, voltaram seus olhos para o *cortiço*. Considerado “local de pobreza”, esse tipo de construção urbana abrigava, tanto trabalhadores, quanto vagabundos e malandros, estes últimos, classificados, como pertencentes às “classes perigosas”. Em

³⁶ Frase do autor presente na apresentação da orelha do livro.

³⁷ Por exemplo do Instituto Municipal de Urbanismo Pereira Passos (IPP) e a campanha eleitoral de 2012 do atual prefeito do Rio de Janeiro, Eduardo Paes, cujo slogan era “Somos Um Rio”.

³⁸ O PAC é um Programa Federal que visa estimular o crescimento da economia brasileira através do investimento em obras de infraestrutura. Ele foi lançado no Governo do presidente Lula da Silva, no dia 28 de janeiro de 2007. Já o Programa das UPPs, iniciado no Rio de Janeiro em 2008, “engloba parcerias entre os governos – municipal, estadual e federal – e diferentes atores da sociedade civil organizada e tem como objetivo a retomada permanente de comunidades dominadas pelo tráfico, assim como a garantia da proximidade do Estado com a população”. Cf. http://www.upprj.com/index.php/o_que_e_upp Acesso 22/01/2017

A primeira UPP no Rio de Janeiro foi estabelecida no Morro Santa Marta, bairro de Botafogo. Até Junho de 2015 havia 42 UPPs na cidade.

contrapartida, o *cortiço*, como habitação, era percebido como um espaço propagador de doenças e vícios; denunciado e condenado, por discursos médicos e higienistas, e alvo de medidas administrativas pelos governos da cidade.

Ainda segundo VALLADARES, estudos realizados sobre os cortiços, do Rio de Janeiro mostram que esse tipo de habitação urbana, pode ser considerado como o “germe” da favela³⁹. A descrição dos cortiços, como um aglomerado de barracos e de habitações precárias, é a mesma, identificada depois, nas descrições das habitações do Morro da Providência, – considerada primeira *favela* da cidade. Campanhas de governo, usando justificativas higienistas, fizeram com que, quase todos os *cortiços* da cidade do Rio de Janeiro fossem postos abaixo. Assim, o interesse pelos “locais de pobreza” se volta, preferencialmente, para um novo espaço geográfico e social: as construções urbanas, que seriam denominadas *favelas*. É o Morro da Providência, apelidado de “Morro da Favella”, que concentrará esse interesse inicialmente. Ele entra para a história, através de sua ligação com a guerra de Canudos, ocorrida no final do segundo Império, no interior do estado da Bahia. Antigos combatentes acabaram se instalando no Morro da Providência, com a finalidade de pressionar o Ministério da Guerra a pagar seus soldos atrasados. O “Morro da Favella”

pouco a pouco passou a estender sua denominação a qualquer conjunto de barracos aglomerados sem traçado de ruas ou acesso aos serviços públicos, sobre terrenos públicos ou privados invadidos. Conjuntos que então começaram a se multiplicar no Centro e nas Zonas Sul e Norte da cidade do Rio de Janeiro.⁴⁰

Durante a segunda metade do século XX, a palavra “favela” já havia se tornado um substantivo genérico, uma categoria usada para designar aglomerados de moradia pobre, de ocupação ilegal e irregular, sem respeito às normas e, geralmente, sobre encostas ou mangues.

É importante pontuar, que alguns autores, como Oswaldo Porto Rocha (1986), Lia de Aquino Carvalho (1986) e Jaime Larry Benchimol (1990), estabelecem uma ligação direta, entre as demolições dos cortiços, do Centro da cidade, e a ocupação ilegal dos morros, no início do século XX. Também importante dizer que o fenômeno da existência das favelas, é anterior ao aparecimento da categoria *favela*. Habitações, que se aproximavam das representações de favela, construídas no século XIX, como a Quinta do Caju, a Mangueira, (que ficava na encosta do Túnel Velho), e a Serra Morena, são anteriores ao Morro da Favella e nada prova que tenham sido ocupações ilegais. Os seus moradores não pareciam originários

³⁹ Ver a respeito, o estudo de Lillian Fessler Vaz, por exemplo, “Notas sobre o Cabeça de Porco” (um cortiço famoso da cidade do Rio de Janeiro) in *Revista Rio de Janeiro*, v.01, n.2, p-29-35. 1986.

⁴⁰ VALLADARES, L. *A invenção da favela: do mito de origem a favela.com*, 2005, p.26.

do mundo rural. Eram de fato, imigrantes portugueses, espanhóis e italianos. Pela sua visibilidade, no debate público, porém, foi o Morro da Favella que entrou para a história. É então, o foco das atenções de jornalistas, engenheiros, médicos, interessados em debater o futuro das cidades brasileiras, e preocupados com práticas de higienização. São as descrições e imagens, produzidas por escritores, jornalistas e reformadores sociais, do início do século XX, que darão início ao processo de construção das representações sociais da favela, de um imaginário sobre o lugar. Este imaginário será explorado, posteriormente, como atração turística.

Estes espaços da cidade começaram a ser vistos, através do olhar de Euclides da Cunha, no seu livro *Os Sertões* (1902), sobre Canudos. As principais características de Canudos, descritas por Euclides da Cunha, vão ser transmitidas às construções pobres urbanas, que passam a ocupar os morros cariocas. Resumidamente, essas características são: um processo de crescimento urbano rápido, desordenado e precário; uma topografia de região de morros: – o que vai levar a uma associação frequente, entre os termos “favela” e “morro”, os quais nem sempre condizem com a realidade, já que podemos perceber características de favela, também, em baixadas ou mangues –; a ausência de propriedade privada do solo, substituída pela posse familiar da terra; a ausência do domínio do Estado e de instituições públicas – leis, polícia, municipalidades –; ordem política específica, marcada pelo domínio de um chefe, – no caso de Canudos, Antônio Conselheiro –; espaço capaz de condicionar o comportamento dos indivíduos, integrando recém-chegados a uma identidade coletiva, homogênea e “uniforme”; um comportamento moral revoltante, para o observador, marcado pelo deboche, promiscuidade e ausência de trabalho; uma economia, fundamentada no roubo e nas pilhagens; um perigo, para a ordem social de toda uma região; a representação de liberdade, quanto ao uso da terra, do trabalho, dos costumes, em relação às práticas sociais autorizadas, e ao pagamento do imposto. Os primeiros observadores, desses espaços, os veem, como pertencentes a um mundo ultrapassado e bárbaro, do qual era preciso se distanciar, em prol da civilização. Para eles, morar nesses locais era uma escolha. A favela era:

“um outro mundo”, muito mais próximo da roça, do sertão, “longe da cidade”, onde só se poderia chegar através da “ponte” construída pelo repórter ou cronista, levando o leitor até o alto do morro que ele, membro da classe média ou da elite, não ousava subir. Universo exótico, em meio a uma pobreza originalmente concentrada no Centro da cidade, em cortiços e outras modalidades de habitações coletivas, prolongava-se agora, morro acima, ameaçando o restante da cidade. Valladares (2005, p. 36).

Hoje, em algumas favelas da cidade, guias e agências de turismo servem de mediadores, levando visitantes e, muitas vezes, ainda apresentando e vendendo, miticamente, este espaço urbano, a partir das características exóticas, pautadas pelas representações euclidianas, sobre Canudos.⁴¹ Muitas favelas, na atualidade, dispõem de uma variedade de redes de serviço e atividades, para a população: redes de TV a cabo, agências bancárias, vídeolocadoras, lojas, supermercados, clínicas médicas, delegacias, escritórios, agências de turismo. Através de sites, na internet, buscam romper com os estereótipos que as apontam como produtoras, apenas, de violência, tráfico de drogas ou manifestações culturais específicas (*funk*, *rap*, samba, religiões pentecostais).

Para SILVA (2009), o eixo paradigmático, na representação das favelas, é a *ausência* e a *homogeneização*. A favela, desse ponto de vista, é definida como um espaço, destituído de infraestrutura urbana, sem água, luz, esgoto, arruamento, miserável, sem ordem, sem lei, sem regras, sem moral. Muitos destes estereótipos são reafirmados, pela mídia, e usados, comercialmente, pelo turismo. As favelas, sua associação à pobreza, à violência (lugar de risco), ao exótico; sua estética, e seu modo de vida, “peculiar”, estão fazendo da visita turística, um bom negócio, uma fonte de renda. Por outro lado, pelas negociações e acordos locais, valorizam-se, positivamente, os moradores e a própria favela, quem sabe, relativizando o imaginário do medo e da desordem, pela experiência guiada. Contudo, a favela como mercadoria, faz valer os marcadores da sua diferença. É instigante como Criolo, *rapper* paulista, nos seus dois novos cliques⁴², mostra uma favela futurista, invadida pela alta tecnologia, mas, ainda lugar de pobreza, de violência, do poder pela arma de fogo, pela corrupção policial, pelas drogas, pelo protagonismo dos jovens. Criolo imagina a favela com *drones*, (pequenos veículos aéreos não-tripulados), e impressoras 3D, criando pistolas. Cada bairro terá uma Cracolândia, em sua porta. Essa visão, pessimista, sublinha a sociedade excludente e, num discurso explícito, clama por direitos, atenção das políticas públicas. Em entrevista ao Jornal, Folha de São Paulo⁴³, o *rapper* diz: “não cuidam da gente, então, vamos mostrar como vai ser daqui a tantos anos.”

Estima-se que, no Brasil, 12 milhões de pessoas moram em favelas, espalhadas pelo país. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 65% da população do país. Dessa população, o Rio de Janeiro é a cidade com o maior número de moradores em

⁴¹ A ver quais são as fontes que informam o discurso dos guias.

⁴² *Dois de Cinco* e *Cóccix-ência* disponíveis em <https://www.youtube.com/watch?v=MCtVS9wh26Y>. Acesso em Março de 2014.

⁴³ Caderno2 de 17 de março de 2014.

favela. Segundo o IBGE - Censo de 2010, existiam 763 favelas, na cidade, o que resulta em 22,03% da sua população, vivendo no que o Instituto, chama de “aglomerados subnormais”.

Já na Colômbia, os termos mais usados, para denominar estes espaços informais são *barrio bajo*, *tugúrio-barrio de invasión*, *barrio marginal* ou *comuna*. O termo “Comuna” refere-se, originalmente, a um distrito de uma área urbana, mas se associa, também, aos bairros populares, e é, portanto, usado, muitas vezes, de maneira pejorativa na designação destes espaços. Estima-se que 18% da população urbana colombiana vive em *barrios bajos*, de acordo com a *Population Reference Bureau*. (RIVERO-IMERY, 2015).

Em 2013 a cidade de Medellín, onde realizei trabalho de campo, foi eleita, pelo *Citigroup* (Citi) e o *The Wall Street Journal*, como a cidade mais inovadora do mundo, tendo competido, na última etapa do concurso, com Nova York (EUA) e Tel Aviv (Israel). Os organizadores do concurso valorizaram processos de desenvolvimento urbano empreendidos, como a redução de CO₂, a criação de espaços culturais, a redução da criminalidade, entre outros. Dentre as obras que, levaram a esse reconhecimento, destacam-se os sistemas de transporte de massa integrados, (metrô, sistema de teleféricos como transporte de massa (*metrocables*) e o Metroplus), os parques-biblioteca, (destacando o parque-biblioteca *España* no bairro de Santo Domingo Savio), o sistema de bicicletas públicas, *EnCicla*, de mobilidade sustentável, o Centro Cultural Moravia, a Rota N (uma corporação, que visa facilitar a evolução econômica da cidade, de forma inclusiva e sustentável) e as escadarias elétricas da Comuna 13, (uma das Comunas mais afetadas pela violência). Intervenções e novas concepções do espaço público, planos de desenvolvimento urbano, e obras arquitetônicas significativas, colocaram setores da cidade, antes, marginalizados e excluídos, socialmente, nos cartões postais de Medellín. Nos planos de desenvolvimento e nas obras de transformação urbana e social, surge um termo que parece resumir as ações políticas e sociais: o “urbanismo social”. Muitos dos projetos urbanísticos e arquitetônicos da cidade foram inspirados, nos da cidade de Barcelona, que, por sua vez, inspiraram projetos no Brasil, em especial no conjunto de favelas do Complexo do Alemão, localizado na zona Norte do Rio de Janeiro.

E onde entra o turismo?

No objetivo de facilitar uma organização estrutural, por finalidades empresariais e administrativas ou dentro de objetivos de comercialização e lucro, o turismo é segmentado em diferentes formas, tipos e modalidades. Os segmentos recebem diferentes nomes, de acordo com as características do tipo de turismo desenvolvido, e são criados a cada nova motivação que a atividade turística estabelece. Estas classificações, mesmo sendo arbitrárias, e muitas

vezes, sem um consenso entre academia e mercado, por exemplo, buscam compreender as inúmeras e diferentes características das viagens, e possibilitar a quantificação do setor, em termos comparativos, entre países ou regiões.

O turismo pode estar presente em quase tudo, que desperte um interesse de visitação ou de curiosidade. Até mesmo catástrofes, miséria humana ou eventos trágicos, como a destruição das torres gêmeas de Nova York, no 11 de setembro de 2001, ou os ataques terroristas de 2015, em Paris, acabam atraindo turistas e iniciando, a partir de empreendedores que objetivam lucros, o surgimento de uma infraestrutura, voltada para atender esta demanda, ávida por novidades. Particularmente, esse tipo de turismo, cuja motivação são cenários de morte e violência, (incluindo aqui a “miséria”, como forma de violência), é considerado polêmico e, por vezes, classificado como Sombrio (*Dark Tourism*).⁴⁴

O turismo em assentamentos informais é observado, em várias partes do mundo. No Rio de Janeiro, talvez, o número de turistas, que visitam estas áreas – as favelas – seja maior, que em todos os outros lugares do Brasil. A cada ano, aproximadamente 40.000 turistas visitam favelas, no Rio. Já nas *townships*, de Cape Town, África do Sul, estima-se que o número chegue a 300.000. Iniciativas semelhantes, também, são realizadas em países, como Índia, México e Quênia (RIVELLO-IMERY, 2015). A cidade de Medellín na Colômbia, também, entrou nesse circuito de visita a assentamentos informais, em especial, a partir das inovações e da construção de infraestruturas urbanas e arquitetônicas, em várias Comunas da cidade.

Estudiosos do assunto, como MacCannell (1976), que citamos anteriormente, dizem que este tipo de turista busca uma “experiência real”, do terceiro mundo. Segundo Bianca Freire-Medeiros⁴⁵, em termos mais amplos, a transformação das favelas cariocas, em destino turístico, está inserida, tanto numa conjuntura de expansão dos chamados *reality tours*, que ganham cada vez mais adeptos pelo mundo, partindo da motivação de vivenciarem emoções do Outro⁴⁶, quanto na busca e consumo da “autenticidade”, pela sociedade contemporânea. Ainda, segundo Freire-Medeiros, mesmo considerando os “perigos” de se realizar um *tour* em áreas que, muitas vezes, apresentam até mesmo conflitos armados, podemos encontrar, nos *tours* de favela um cunho mais social que sombrio. Nem por isso deixam de provocar

⁴⁴ O termo *Dark Tourism*, foi popularizado e pensado academicamente pelos autores ingleses John Lennon e Malcolm Foley, tornando-se, inclusive, o título de um livro escrito por eles sobre o assunto: *Dark Tourism. The Attraction of Death and Disaster*, Ed. Continuum, 2000.

⁴⁵ *A favela que se vê e que se vende*, 2007.

⁴⁶ Os “tours de realidade” são aqueles que levam os visitantes a conhecer e “vivenciar” cenários onde ocorreram tragédias. Que os aproxima da miséria e do sofrimento. Os *favela-tours* fariam parte dessa modalidade de Turismo.

polêmicas e debates éticos, que questionam a exploração, ou não, da miséria alheia, ou a transformação de um espaço físico e de um modo de vida, numa espécie de “zoológico”⁴⁷.

Entre 2008 e 2010, as comunidades do Complexo entraram na agenda do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), responsável por vários espaços comunitários, pela construção de um transporte de massa, por cabo: uma estrutura de 3,5km de extensão e 152 gôndolas que ficou conhecida, como “Teleférico do Alemão”. Foi o primeiro sistema desse tipo, no Brasil, e foi inspirado na Linha K, da Comuna 1 de Medellín. A partir da minha pesquisa, afirmo que as intervenções urbanas, realizadas pelo PAC: em especial, a construção do teleférico, as Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs)⁴⁸ e a novela *Salve Jorge*⁴⁹, ambientada no Complexo, incentivaram e fizeram surgir um fluxo de turistas que ultrapassou, circunstancialmente, a visita de um dos ícones do turismo, da cidade do Rio de Janeiro: o Pão de Açúcar⁵⁰.

Atualmente, o número de favelas que oferece visitas organizadas de turistas e visitantes cresce, de tal modo, que o SEBRAE organizou, em 2015, a CONTUR (Conexão Turismo e Favela), grupo de moradores de favelas do Rio de Janeiro, interessados em desenvolver o turismo em seus lugares de moradia. Pelo menos sete, eram as principais favelas que ofereciam experiências de turismo, no Rio de Janeiro, até 2013: Rocinha, Morro da Babilônia, Morro dos Prazeres, Morro da Providência, Morro Santa Marta, Morro do Cantagalo e Pavão/Pavãozinho e o Complexo do Alemão⁵¹. Uma dimensão, pouco percebida e estudada, nestas favelas turísticas, é a dimensão pedagógica que o turismo pode ajudar a desenvolver, buscando um encontro com o Outro, mais para descobrir do que para consumir. Esta ideia é uma das que procurarei desenvolver neste meu trabalho.

Curiosamente, uma *favela-fake* foi construída em um hotel de luxo, na África do Sul, o Emoya Luxury, localizado nos arredores de Bloemfontein. Nesta “favela de mentirinha”⁵² que imita um assentamento informal sul-africano, os hóspedes podem, segundo o sítio

⁴⁷ Essa tese da visita de desses espaços como semelhantes a observações de animais em zoológicos é desenvolvida, por exemplo, por Charles Urbanowicz no capítulo 5 do livro *Anfitriões e Invitados*, organizado por Valene Smith (1989).

⁴⁸ No Complexo do Alemão, até 2013, existiam quatro UPPs.

⁴⁹ *Salve Jorge* foi uma telenovela produzida e exibida pela Rede Globo de Televisão, de autoria da novelista Gloria Peres, exibida entre os anos de 2012 e 2013. Parte dela foi ambientada (e alguma coisa, gravada) no Complexo do Alemão.

⁵⁰ Segundo reportagem online que O Globo apresentou em 19/05/2013

⁵¹ Diferentemente das favelas consagradas pelo “turismo de favela” na mídia e nos pacotes de visita vendidos por agências de viagem, que se localizam na Zona Sul, tradicionalmente o espaço turístico da cidade.

⁵² Reportagem em <https://viagemeturismo.abril.com.br/destinos/hotel-de-luxo-na-africa-do-sul-cria-favela-de-mentirinha-para-hospedes>. Acesso em maio de 2014.

eletrônico do hotel, “passar uma temporada vivendo como um morador de uma *shanty*”⁵³, onde quatro pessoas podem dividir um barracão por cerca de 82 dólares, sem café da manhã.



Figs. 04 e 05: Vista da *favela-fake*, construída pelo Hotel Emoya e imagem de alguns dos barracões comercializados com Unidades Habitacionais. Fonte: <https://viagemeturismo.abril.com.br/destinos/hotel-de-luxo-na-africa-do-sul-cria-favela-de-mentirinha-para-hospedes>. Acesso em maio de 2014.



Figs. 06 e 07: Imagens do interior dos barracões, vendidos como UHs. Fonte: <https://viagemeturismo.abril.com.br/destinos/hotel-de-luxo-na-africa-do-sul-cria-favela-de-mentirinha-para-hospedes>. Acesso em maio de 2014.

Em 2014, a “favela” foi escolhida como tema da Escola de Samba carioca São Clemente. Na música-enredo, o verso principal mostrava que a fé era um importante elemento para o morador: “a força da fé, sou eu. Se o bem vence o mal, valeu. O amanhã vou conquistar. É preciso acreditar!”. No dia do desfile, na Marquês de Sapucaí, o Complexo do Alemão apareceu como uma das favelas homenageadas, contando com uma ala própria e uma alegoria que enfatizava o teleférico.

⁵³ Nome dado a um barracão, feito com placas de ferro, sem proteção contra a chuva, típicos dos assentamentos informais pobres da África do Sul.



Figs. 08, 09 e 10: logomarca do enredo de 2014, da Escola de Samba São Clemente e fantasia completa da ala que representou o Complexo do Alemão. (Fonte: imagens da internet). A última imagem mostra a parte de trás da fantasia da ala do Alemão, onde as gôndolas do teleférico eram evidentes. Fonte: Foto do autor, 2014.

CAPÍTULO 2

DO ALTO DAS PALMEIRAS, OBSERVO UM ALEMÃO COMPLEXO

2.1 Fazendas, lotes e favelas

*Vou contar a história do
Complexo do Alemão
vou começar bem antes
de sua urbanização
até bem depois da tal famosa ocupação.*

Essa é a primeira sextilha do cordel “O Complexo do Alemão em Cordel” de José Franklin da Silveira, cordelista, 56 anos de idade e morador, há 33 anos, do Complexo do Alemão. José Franklin, como é mais conhecido, foi um dos que apostaram no movimento de visitantes, que aumentou no Complexo do Alemão, especialmente depois da construção do teleférico. Junto com outros moradores, participava da feira organizada pela Economia Solidária, dividindo uma barraca com outro companheiro, onde oferecia aos turistas livros e seus cordéis.

Na capa rosa de “O Complexo do Alemão em Cordel”, a imagem xilogravada do artista, Erivaldo Ferreira da Silva, não deixa quebrar a tradição, deste tipo de literatura. A capa nos apresenta, em traços rústicos, um personagem: um menino negro, descalço, vestindo uma bermuda, de pé, no sopé de uma ladeira. Ao lado desta ladeira, que está, visivelmente, sem calçamento, desenha-se, como opção de subida, uma larga escada que volteia uma casa, e some – assim, como a ladeira - para a esquerda. Ao fundo, um emaranhado de pequenas casas sobrepostas, característica urbana das favelas cariocas, é, do alto, transpassado, de um extremo a outro da moldura, por uma gôndola de teleférico. O menino negro parece olhar a casa larga, à sua frente ou, o teleférico que, numa cena real, estaria deslizando, silenciosamente, pelos cabos que o sustentam. Curiosamente, o teleférico, pela sua modernidade, aparece ali, destoando do resto da paisagem desenhada.

Assim como busco fazer, neste capítulo, ao leitor, o menino negro parece nos convidar a subir o morro, que - já sabemos pelo título do folheto – nos leva às comunidades do Complexo do Alemão. Nessa subida, o teleférico, esse elemento alienígena da figura, ao menos, para a nossa análise sobre o fenômeno turístico, tem um papel relevante e o espírito

que nos guia é o do visitante. O cenário, desenhado na xilogravura, é tranquilo, vazio de gente, sem indícios de qualquer tipo de violência armada. Nessa subida, o teleférico, o elemento alienígena, que arregala o olho do menino, tem, ao menos para a nossa análise sobre o fenômeno turístico, um papel relevante e o espírito, que nos guia, é o do *etnógrafo-visitante*. O sentido da *visita*, aqui, entendido como incursão de trabalho de campo, será enfatizado, sublinhando nas descrições e interpretações, um trânsito reflexivo, nas fronteiras entre os campos da antropologia e do turismo.



Fig. 11: Capa do folheto “O Complexo do Alemão em Cordel” de José Franklin, 2014. Fonte: acervo do autor.

Como nos guias e folhetos turísticos, abrimos nossa *etnografia-visitante*⁵⁴, com dados sobre a topografia, a história e a vida cotidiana do lugar.

O conjunto de favelas e morros, que identificamos, hoje, como o “Complexo do Alemão”⁵⁵, tornou-se região administrativa da cidade, e um bairro, em 1993, através da Lei nº 2.055. “Até então, cada favela do Complexo pertencia a um dos bairros, hoje, limítrofes, como Olaria, Ramos, Bonsucesso, Inhaúma e Higienópolis” (IPEA, 2011). Este conjunto de favelas é composto, hoje, por 13 comunidades, localizadas na zona Norte, da cidade do Rio de Janeiro. A maior parte destas está distribuída em torno de um maciço rochoso, chamado

⁵⁴ A noção de *etnografia-visitante* me foi sugerida por minha orientadora.

⁵⁵ Para o histórico do Complexo, utilizo como referências o Armazém de Dados do Instituto Municipal de Urbanismo Pereira Passos (IPP-Rio), o sítio eletrônico UPP Social da Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro (www.riomaisocial.org), o jornal comunitário virtual “Voz das comunidades”, dirigido por um morador do Complexo, Rene Silva (www.vozdascomunidades.com.br) e dados de pesquisadores do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA).

“Serra da Misericórdia”; uma área que, ainda, preserva parte de sua cobertura vegetal, e que foi nomeada, pelo decreto municipal nº 19.144/2000, Área de Proteção Ambiental e Recuperação Urbana (Aparu), da zona Norte carioca, com 3.695 hectares⁵⁶. Segundo o Armazém de Dados do Instituto Pereira Passos, o Complexo do Alemão apresenta uma área territorial de aproximadamente 2km² e uma população de 100.000 habitantes. A origem do nome está ligada ao morro principal – Morro do Alemão - que foi uma das primeiras comunidades a se constituir, na região.

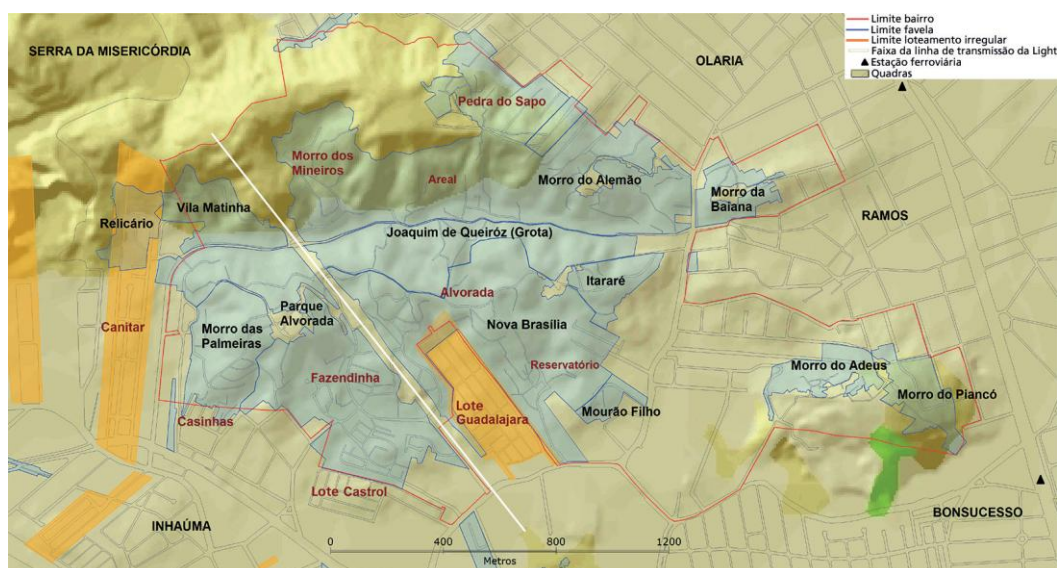


Fig. 12: Comunidades e localidades do Complexo do Alemão. Fonte: IPP, IPEA (2013). Elaborado por Patrícia Brandão Couto e Ruth Imanishi Rodrigues.



Fig. 13: Vista aérea do espaço físico ocupado pelo Complexo do Alemão, que toma parte da Serra da Misericórdia e pela Vila Cruzeiro. Fonte: Google Images, 2015.

⁵⁶ www.raizesemmovimento.org.br/serra-da-misericordia-que-parque-e-esse. Acesso em Julho de 2016.

*Foi em hum mil novecentos
e vinte que um imigrante
Leonard um polonês
De sobrenome intrigante
Kaczmarkiewicz
repleto de consoantes (...)*

*Instalou-se aqui na
Zona da Leopoldina
Um lugar bastante calmo
Longe da adrenalina
Que sentia na Polônia
E antes de virar ruína. (...)*

*Por 30 anos ele foi
vivendo da plantação
empregou e fez amigos
entre a população
mas o polonês só era
chamado de “O Alemão”*

*Serra da Misericórdia
era sua fazenda
de onde os trabalhadores
tiravam a sua renda
mais tarde ele divide
e põe os lotes à venda.*

(José Frankiln, O Complexo do Alemão em Cordel. Págs.1 e 2)

De acordo com o relatório de pesquisa, “Histórico Fundiário e da Urbanização do Complexo do Alemão”, realizado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), a região era ocupada por fazendas, de propriedade privada, até o início do século XX.

A ocupação “urbana” da área iniciou-se através de dois loteamentos em partes dessas fazendas, um do lado de Inhaúma e outro do lado de Olaria. Do lado de Olaria, um loteamento deu origem a um empreendimento de “aluguel de chão”, entre os anos 1910-1920, que posteriormente seria conhecido como Morro do Alemão. Do lado de Inhaúma, um loteamento anterior a 1930 já havia aberto a Rua Canitar e ruas que hoje dão acesso à favela Fazendinha. (IPEA, 2013, pág. 33)

O relatório diz ainda, que nesse início de ocupação havia, apenas, casas esparsas - algumas de pau-a-pique - e poucos acessos cortavam as fazendas da região, como as Ruas Joaquim de Queiroz, (chamada “Caminho do Capitão”) e Antônio Austregésilo (chamada

“Travessa Campos da Paz”). A maior parte das fazendas já havia sido loteada, em fins de 1950.

Neste relatório do IPEA (2013), o foco foi o estudo da “história” do Complexo do Alemão, do ponto de vista do seu desenvolvimento urbano, buscando compreender questões de ocupação do espaço, e relações entre políticas governamentais e desenvolvimento urbano, na região. Como metodologia, foi usada a pesquisa documental, em fontes diversas, e a pesquisa de campo, através de entrevistas com moradores antigos. Entre 2010 e 2011, o IPEA, também, realizou um estudo sobre o Complexo do Alemão, no âmbito da intervenção urbana do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC). Remeter-nos-emos a este estudo, mais à frente, quando falarmos, especificamente, do PAC, cujas obras, em especial, a da construção do teleférico, foram relevantes para o surgimento do fenômeno turístico, em determinados espaços do Complexo.

Ainda segundo o relatório (2013) do IPEA, na parte leste, do Complexo, existiam duas propriedades: a de Joaquim Leandro da Motta, e a da família Correia da Veiga. As terras de Joaquim Leandro da Motta incluíam algumas quadras do entorno do Complexo do Alemão, no bairro de Olaria, a maior parte da parte mais elevada da atual favela do Morro do Alemão e metade, da favela Joaquim de Queiroz.

A fazenda de Joaquim Leandro da Motta confrontava com a fazenda “Camarinha”, de propriedade de Martinho José Correia da Veiga, que também era arrendada no início do século XX. Esta fazenda ocupava uma área de 702436 m² (cerca de 70 hectares) onde hoje situa-se a favela Nova Brasília, a favela do Itararé, cerca da metade da Favela Joaquim de Queiroz (entrando pela Avenida Itararé), além da subida do Morro do Alemão (...). (IPEA, 2013, pág. 39).

Joaquim Leandro vendeu algumas terras ao imigrante polonês, Leonard Kaczmarkiewicz, que iniciou um loteamento que deu origem ao nome “Morro do Alemão”. Conta o cordelista José Franklin, que o polonês - pela sua pele branca e aparência singular de estrangeiro - só era chamado de “Alemão”. O morro já aparece, batizado com esse nome, no jornal Correio da Manhã, dos anos 1940. O relatório do IPEA fornece um trecho de uma entrevista, feita com Leonardo Kaczmarkiewicz Neto contando objetivos do seu avô: “assim como aqueles portugueses, que vinham para o Brasil fazer um armazém, ele veio e achou que isso (o loteamento) poderia dar lucro para ele. E deu certo!” (IPEA, 2013, pág.42).

Leonard fez um loteamento urbano, nas terras que comprou, iniciando ali um empreendimento de aluguel de chão. Parte desse loteamento ficava na Travessa Santa Terezinha, Travessa Leonardo e Rua Armando Sodré, e se estendia até a Travessa Laurinda.

De início, a ocupação restringia-se ao loteamento, que era controlado pelo proprietário e, de acordo com relatos de moradores antigos, a formação da favela ocorreu entre as décadas de 1940 e 1950 (IPEA, 2013, pág. 45). Estes mesmos relatos contam que esta formação não ocorreu de maneira abrupta, mas, gradativamente.

Como dissemos, a fazenda que confrontava com a de Joaquim Leandro era a fazenda Camarinha, de propriedade de Martinho José Correia da Veiga. Em 1941, 3/8 desta fazenda foram vendidos ao Instituto de Aposentadorias de Pensões dos Comerciantes (IAPC). Uma dessas partes é a que corresponde, hoje, à favela Nova Brasília. Contudo, a ocupação mais densa da área da Nova Brasília teria ocorrido, em meados dos anos de 1950, através de uma invasão, em curto espaço de tempo. A favela foi construída, do dia para a noite, e registrada no jornal Correio da Manhã, em 1957. Entre 1957/1958 o IAPC conseguiu, na justiça, uma ordem de despejo dos moradores que, por sua vez, se organizaram, formando uma “comissão de melhoramentos” da favela, utilizando a imprensa e buscando apoio da Prefeitura e de políticos (IPEA, 2013, pág. 49-52).

Mesmo que, ainda, na década de 1920, algumas indústrias tenham se implantado no entorno do Complexo do Alemão: a Cia de Tecidos Nova América e a Cia União Industrial -, foi, entre 1958 e 1974, que alguns lotes da fazenda Camarinha foram vendidos às empresas industriais: fábrica Marialva, Glória Montani, Kastrup, Tuffy Habib e Poesi. Hoje, a maior parte da fazenda pertence ao município do Rio de Janeiro ou ao Governo do Estado.

Na parte leste do Complexo, no início do século XX, havia a fazenda das Palmeiras. A fazenda das Palmeiras era de propriedade da firma loteadora “A Propriedade S.A.”, já em 1910 (...). A fazenda foi dividida em diversos lotes grandes, para os quais foram projetados loteamentos distintos. (IPEA, 2013, pág. 58).

Na década de 1990, durante a administração do prefeito César Maia, foi construído um conjunto habitacional, conhecido como “casinhas”, com o objetivo de alojar pessoas removidas, para a construção da Linha Amarela. Essas “casinhas”, que deram nome a uma das comunidades do Alemão, foram construídas no entorno de um casarão pertencente à fazenda das Palmeiras, e que, hoje, se tornou o Casarão Cultural, um dos atrativos turísticos elencados pelo Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), no Estudo de Potencialidades Turísticas, do Complexo do Alemão, realizado em 2012. Falaremos sobre esse Estudo, no Capítulo 3.

É importante pontuar os dois loteamentos que deram origem aos morros do Adeus e da Baiana. O primeiro era propriedade de Luiz Miranda Montenegro e o segundo das famílias

Pacheco Drumond e Joaquim Felix. O porquê do nome dos morros tem sua história: o monitor de turismo, Fernando, de aproximadamente 20 anos, em um dos primeiros *tours* que acompanhei, no meu trabalho de campo, conta que o Morro do Adeus tem esse nome, por causa do tipo de solo, que o morro oferece. Um solo muito impróprio para sustentar casas construídas, e aqueles que insistiam, suas casas acabavam caindo, e “adeus”! Realmente o Morro do Adeus é onde menos vemos casas construídas. Já o nome, “Baiana”, apareceu por causa de uma moradora deste morro; uma baiana que, em determinada época, subia e descia vendendo seus quitutes. A estrada do Itararé serve de divisa, entre esses dois morros e os outros, do Complexo.

Muitos moradores dos outros morros dizem que o Adeus e Baiana não pertencem ao Alemão. Talvez um fato explique essa segregação. Os morros do Adeus e da Baiana, durante o domínio ostensivo de traficantes, pertenciam a uma facção diferente daquela, dos outros morros. O Morro do Alemão era o quartel-general da organização criminosa, Comando Vermelho (C.V. ou C.V.R.L.), liderada por Orlando da Conceição (Orlando Jogador), que foi morto pelo seu afilhado, Ernaldo Pinto de Medeiros (o Uê). Sua morte fez com que o Comando Vermelho perdesse o controle do morro, para outra organização criminosa, o Terceiro Comando (T.C. ou T.C.P.). Posteriormente o C.V. recuperou o controle, ficando o T.C. apenas com os Morros do Adeus e da Baiana. Instala-se um limite imaginário na Rua Itararé, pois os moradores de um lado da rua, dominado por uma facção, não atravessavam para o outro lado.

Talvez por isso, Da. Mariza Nascimento, moradora do Morro do Adeus e fundadora da Organização Não-Governamental (ONG), *Nascibem* (Nascimento para o Bem), tenha dito, numa entrevista gravada em vídeo, realizada em 2014 pela Praça do Conhecimento⁵⁷, CECIP (Centro de Criação de Imagem Popular) e Secretaria de Ciência de Tecnologia, que: “sendo moradora do Morro do Adeus, não foi muito fácil ser do Complexo do Alemão. Hoje, [depois da UPP], graças a Deus, a gente já consegue”.

O relatório do IPEA (2013) apresenta entrevistas com moradores antigos, e com eles, podemos ter acesso a uma memória oral do cotidiano e dos elementos de composição dos

⁵⁷ Localizada na comunidade Nova Brasília, a Praça do Conhecimento é uma construção da Prefeitura do Rio de Janeiro e uma realização da Secretaria Especial de Ciência e Tecnologia (SECT) do município. Na Praça são oferecidos cursos e atividades de capacitação em novas tecnologias, além de garantir livre acesso à internet e recursos multimídias. Ela investe na produção e difusão de conhecimento, cultura e arte, promovendo também exposições de obras de artistas locais ou de temas relacionados a questões referentes às comunidades do Complexo. Suas atividades buscam valorizar o morador e o território urbano destas comunidades. Ela é definida pelo CECIP como um “espaço público de participação e comunitária e desenvolvimento humano. www.cecip.org.br/site/praca-do-conhecimento-2. Acesso em Julho de 2016.

espaços do Complexo. O histórico, levantado pelo estudo, fala da instalação das bicas públicas de água, da pavimentação da subida, que hoje é conhecida como Av. Central, do alinhamento de ruas, do abastecimento de energia elétrica, através de cabines de luz, e outros dos primeiros serviços urbanos, básicos, do Complexo do Alemão. Em 2014, durante meu trabalho de campo, depois da “pacificação”, visitei a exposição “Memórias⁵⁸”, apresentada na Nave da Praça do Conhecimento, mostrando ao público, manequins de papel, com imagens de moradores do Complexo, selecionados por critérios de antiguidade e por contribuição social às comunidades, (em especial, à comunidade da Nova Brasília). Num monitor de televisão os visitantes podiam ouvir entrevistas curtas, de cinco moradores, em vídeo, produzidos pela Praça do Conhecimento, CECIP e Secretaria de Ciência de Tecnologia. Apresento, então, os relatos sobre o Complexo, de quatro destes moradores:

Isso tudo aqui era campo de gado. Era só cavalo, aqui tinha tudo quanto é bicho, aqui nesse morro todinho. [No início] era casa de barro, de ripa. Agora que é de tijolos, minha casa. Graças a Deus. Quando tinha chuva, assim, eu botava as meninas debaixo da cama porque a chuva molhava a casa toda.

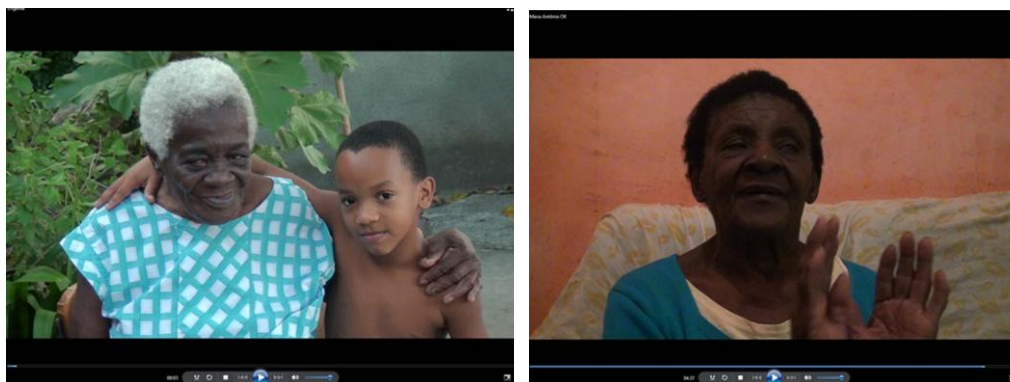
Assim era descrito o Complexo do Alemão, de quase 100 anos atrás, por Da. Efigênia Maria de Jesus, uma das entrevistadas. Mineira da cidade de Conselheiro Lafaiete, 90 anos, veio para o Rio, morar em um dos morros do Complexo. Ela fala do “patrão” para quem trabalhava, em troca de comida e água: um proprietário de terras, que existiam no local, e que não permitia a construção de casas, em seus terrenos. Era ela a responsável por tomar conta das terras e não deixar que roubassem animais ou que invadissem as propriedades. Depois de muitos anos de trabalho, conseguiu do patrão um pedaço de terreno para construir uma casa. Lembrando que quase não havia construções no local, comenta que “depois encheu de casa”.

O Complexo do Alemão visto como um território rural, com poucas casas, local de pasto ou de criação de animais, como água escassa e a luz, inexistente, é o panorama descrito pelos cinco moradores mais antigos. Da. Maria Antônia, moradora há 53 anos da Nova Brasília, reafirma esse cenário quando diz que:

Quando eu vim morar aqui, essa Brasília era quase tudo mato. Quando eu vim morar aqui só tinha um armazenzinho ali na subida e outro lá na frente. Ali no loteamento tinha uma vacaria (...) era tudo

⁵⁸ Esta exposição existe desde 2012, em processo constante de formação a atualização do acervo. Ela marca também uma atenção turística.

mato. Era luz de querosene que a gente usava. Não tinha água, não tinha luz, não tinha nada (...). Quando a gente sentava do lado de fora, a gente só via cabrito, boi, cavalo (...). Eu cozinhava à lenha, meu barraco era de um cômodo só.



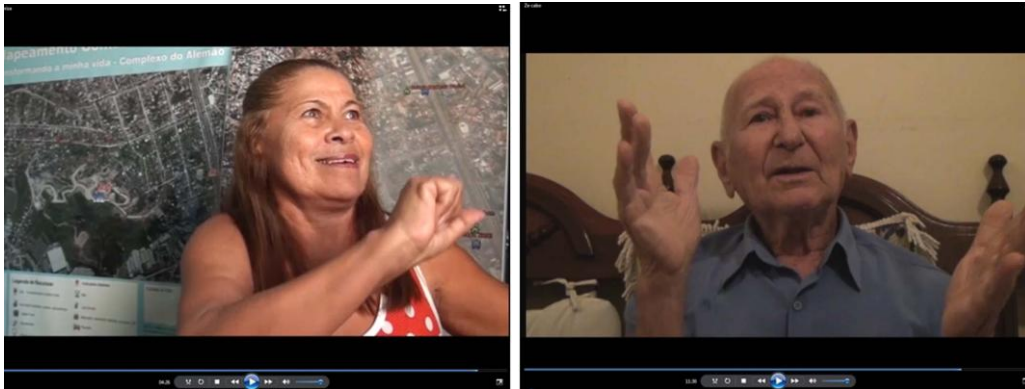
Figs. 14 e 15: Da. Efigênia e Da. Maria Antônia. Fonte: entrevistas em vídeos realizados pela Praça do Conhecimento, CECIP e Secretaria de Ciência de Tecnologia.

Paraibana, professora e moradora do Morro do Adeus, há 44 anos, Da. Mariza Nascimento diz que foi a primeira administradora do Complexo do Alemão. Fundadora da ONG *Nascibem*, que objetiva desenvolver projetos em defesa dos direitos universais dos moradores do Complexo e das adjacências⁵⁹, ela conta que, na sua época, “não tinha nada, faltava tudo. Sem água, sem saneamento, um lugar feio, muito feio”.

Mesmo que o saneamento básico⁶⁰ ainda seja uma reivindicação de praticamente todas as favelas do Rio de Janeiro, a luta das comunidades por outros direitos, como ratifica o relatório do IPEA (2013), também é antiga. O Sr. José Manuel de Souza (Zé Cabo) lutou pelo abastecimento de água, (conseguiu a instalação de um reservatório), e pelos direitos de moradia no Complexo. Segundo ele, foi em 1957 que o Complexo surgiu como um “tipo de favela”. Ele conta da notificação de despejo: lembrando que foi em 1959, quando o governo alegava que ali, (na Nova Brasília), o terreno pertencia ao Instituto de Aposentadorias e Pensão dos Comerciantes (IAPC). Lembra a organização dos moradores na busca por defender suas casas e o político que os ajudou a ficar no terreno, o qual, de acordo com Sr. José Manuel, possuía aproximadamente 800 casas de barraco.

⁵⁹O sítio eletrônico do Rio Mais Social (<http://www.riomaisocial.org/territorios/complexo-do-alemao/?secao=organizacoes>) fornece o endereço da *Nascibem*: Rua Régio, 358, Morro do Adeus. A página que lista as ONGs do Complexo, diz que a missão desta ONG é a de “potencializar as boas ideias do Alemão, trabalhando com a saúde da população”. Acesso em julho de 2016.

⁶⁰ Entendido aqui como o manejo de água pluvial, coleta e tratamento de esgoto, limpeza urbana, manejo de resíduos sólidos, controle de pragas e de qualquer outro tipo de agente patogênico.



Figs. 16 e 17: Da. Mariza Nascimento e Sr. José Manuel. Fonte: entrevistas em vídeos realizados pela Praça do Conhecimento, CECIP e Secretaria de Ciência de Tecnologia.

Em 18 de julho de 2015, encontrei, novamente, a exposição “Memórias” - desta vez mais ampliada - em um dos espaços da estação Bonsucesso de teleférico. Debaxo de flâmulas que levavam as palavras “Honestidade”, “Alegria” e “Educação”, estavam, além de um painel informativo, mais de vinte manequins de papel, que mostravam moradores do Complexo do Alemão (em especial os da favela Nova Brasília). É importante considerar que a exposição trazia, para primeiro plano, os moradores do Complexo e suas histórias de vida, positivamente reconhecidas, marcando pela imagem e pelo texto, uma distância dos estereótipos sobre o lugar, como “lugar de violência” e do tráfico.



Fig. 18: Sr. Francisco Rosa de Lima e Da. Efigênia e **Fig. 19:** Da. Francisca Pereira (D Tita), Da. Belarminda Henrique e Da. Maria Antônia (D. Tonha). Fonte: fotos do autor, 2015.



Fig. 20: D. Lenita Vieira Rocha Aguiar, D. Mariza Nascimento e Sr. Roldão Ribeiro de Souza. **Fig.21:** Sr. Diquinho e Sr. José Manuel da Silva (Zé Cabo). Fonte: fotos do autor, 2015.

2.2 “Aqui tem tudo”: vida, lazer, arte e poesia.

*Pois nosso pequeno mundo
Tem suas histórias
Eu citaria pessoas
E as suas trajetórias
Com uma vida difícil
Mas repletas de vitórias
(...)
Vou pesquisar mais e pra
Cadaum fazer um folheto
A minha função tem sido
Descrever o nosso gueto
Tentarei ser o mais fiel
Possível eu já prometo.*

(José Franklin, O Complexo do Alemão em Cordel. Págs.5 e 7)

A ONG *Nascibem* não é a única rede de auxílio aos moradores e de busca por diferentes melhorias sociais, presente dentro do próprio Complexo. O sítio eletrônico do “Rio Mais Social”⁶¹, seção “organizações”, listava em 2016, 43 entidades, entre redes de colaboração e associações de moradores.⁶² Pelo menos, duas dessas entidades citadas pelo sítio eletrônico, são ligadas ao turismo: o Barraco#55 e o *Bom Fruto Turismo*. Detalharemos o

⁶¹ www.riomaisocial.org/territorios/complexo-do-alemao/?secao=organizacoes. Acesso em Julho de 2016.

⁶² Entre elas estão: AfroReggae, Amigos do Complexo do Alemão, Associação Mulheres de Atitude (AMA), Central Única de Favelas (CUFA), Centro Cultural Oca dos Curumins, Companhia de Teatro Arte de Viver, Emergência Social do Complexo do Alemão, Espaço Social Democrático de União, Convivência, Aprendizagem e Prevenção (EDUCAP), Favela é Fashion, Instituto Raízes em Movimento, Verdejar Proteção Ambiental e Humanismo e Voz das Comunidades

papel destas duas entidades, mais pertinentes ao desenvolvimento do tema desta pesquisa, mais à frente.

O que gostaria de mostrar, neste subcapítulo, é que no Complexo encontramos uma construção cultural própria e iniciativas internas, que valorizam e incentivam manifestações locais, além de lutarem pela promoção de melhores condições de vida. Muitas delas foram ou possuem potencial para serem utilizadas, em práticas de turismo. Ainda no folheto “O Complexo do Alemão em Cordel”, José Franklin inclui lendas locais, como a da noiva-assombração e a do lobisomem da Grotta, se lembra das escolas de samba e dos tempos, em que celebravam a Folia de Reis.

Durante o tempo da minha pesquisa (2013 a 2016), tive a oportunidade de participar e de registrar tudo, através de fotografias e no meu caderno de campo, da encenação da Paixão de Cristo, organizada por moradores do Complexo, na Rua Joaquim de Queiroz. As últimas estações da *Via Crucis* foram estabelecidas no coreto da Grotta. Os próprios moradores, vestindo um figurino cuidadoso, representaram os tradicionais personagens da procissão.

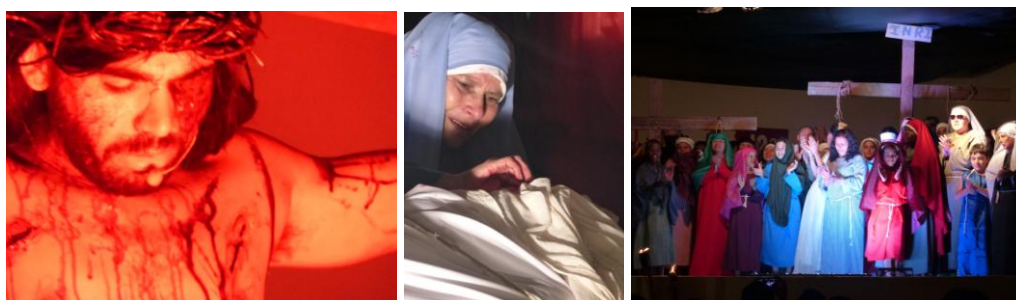
Pelo caminho, banners de tecido marcando o lugar da procissão. A encenação começou umas 17h15. Num palco montado logo na entrada da Rua Joaquim de Queiroz, foram encenadas as primeiras estações da Paixão. De lá, com o personagem que representava o Cristo, que havia sido condenado, coroado de espinhos e carregando uma grande cruz de madeira segue pela Rua parando em cada estação já sinalizada. Acompanhei toda a procissão fotografando. Um carro de som seguia na frente, tocando músicas-tema, e reproduzindo a fala dos narradores. Uma quantidade muito grande de pessoas ia acompanhando o Cristo e, ao final, todos se agruparam em torno do coreto da Grotta para ver a crucificação e descida do corpo da cruz. Um padre, no final da encenação, fez uma fala chamando as pessoas para a igreja, falando sobre a violência e pregando a não-violência, e apelando para que o poder público dê trabalho que gere renda para os jovens.(18/04/2014)



Figs. 22, 23 e 24: Moradores do Complexo do Alemão encenando a Paixão de Cristo. Aqui aparece a 2ª, 6ª e 8ª estações da *Via Crucis*. Fonte: fotos do autor, 2014.



Figs. 25 e 26: Moradores do Complexo do Alemão vestidos de personagens do tempo de Cristo. **Fig.19:** 10ª estação, já na Grotta, com as pessoas que acompanhavam reunidas. Fonte: fotos do autor, 2014.



Figs. 27 e 28: Encenação da 11ª e 13ª estações da *Via Crúcis*. **Fig.22:** Os moradores-atores que participaram, recebem os aplausos pela encenação e agradecem do alto do coreto da Grotta. Fonte: fotos do autor, 2014.

Conversei, ao longo da minha pesquisa, com a jornalista Alexandra Silva, moradora, que me contou um pouco sobre as atividades de lazer, nas comunidades do Complexo: escutar música, conversar com os vizinhos, soltar pipa, fazer churrasco na laje, pegar sol na laje (algumas tem piscinas infláveis), jogar bola. Na Praça do Conhecimento, onde nos encontramos, pela primeira vez, é comum, em alguns quiosques de “comes e bebes”, a colocação de jukeboxes, máquinas que, quando inserida uma moeda, pode-se escolher, a partir de um cardápio musical, uma música para ouvir. Um dos moradores, nesse dia, colocou para tocar um pagode que competia com o som alto da televisão de outro quiosque transmitindo um jogo de futebol. A música, em geral, alta (existem casas em cujas varandas são acumuladas diversas caixas de som usadas para o morador escutar) foi uma constante durante o tempo em que circulei pelas ruas das comunidades. Pagode, samba, funk e músicas evangélicas, eram as mais escutadas.

No Largo do Bulufa, já na casa da amiga Lilia, Alexandra, que passou a infância na Grotta, lembra, que havia, naquela parte do Complexo, muitas casas de mães de santo, benzedeiras, rodas de candomblé. Com o estabelecimento das igrejas evangélicas, disto não se tinha mais notícia.

Chamaram-me a atenção aspectos da economia interna do Complexo; existem moradores que fabricam bens de consumo, para vender aos vizinhos: blusas, almofadas, objetos de decoração e roupas em geral. Muitos deles se sentem satisfeitos com o lugar onde moram. Conversei com Binho e Mário que disseram não precisar sair do Complexo para quase nada. Estavam felizes ali e não morariam em outro lugar.

Atrás da estação [das Palmeiras], encontrei dois colegas que faziam e comiam um churrasco na grelha. Eram moradores do Morro das Palmeiras: Binho e Mário. Um era motoboy e o outro, um mecânico que tinha uma loja no asfalto. Eles disseram que não mudariam de moradia. Um deles disse que já morou em Cabo Frio mas não gostou. “Não se tinha amizade, não se conheciam as pessoas”. A praia não valia de nada para eles, porque eles não iam à praia. Ali, quando queriam, disseram que iam às piscinas públicas na comunidade (que, segundo eles, custam R\$ 5,00 por pessoa) ou no piscinão de Ramos onde conheciam todos os quiosqueiros e onde “bebiam com ou sem dinheiro”. (21/04/2013)

Os comentários de Binho e do Mário, entraram em consonância com o guiamento que realizei com Anderson, um jovem morador, monitor da agência “Turismo no Alemão”. Ao descrever a vida nas comunidades do Complexo, ele disse “aqui tem tudo: farmácia, mercado...o pessoal não precisa sair daqui pra nada, graças a Deus!”. (03/08/2013). Apesar desse depoimento, é importante não caracterizar a favela como “gueto”. As dinâmicas da favela não acontecem, apenas, internamente. Existem as relações dos moradores de trabalho, de parentesco, entre outros, com espaços “de fora”.

Segundo Renato Meirelles, presidente do instituto Data Popular e Celso Athayde, no livro “Um país chamado favela”, 94% dos moradores de favelas, no Brasil, se dizem felizes e 66% dizem não ter vontade de sair da favela, mesmo que sua renda dobrasse. Ainda segundo os autores, se existisse um Estado brasileiro chamado “Favela”, este seria o 5º maior do país, com 12 milhões de pessoas. Afirmam também que a favela se transformou num grande mercado consumidor e que os moradores aprenderam a gerar renda longe do asfalto. Os dados informados no livro foram baseados na pesquisa “Radiografia das favelas brasileiras”, realizada em setembro de 2013 com dois mil moradores de 63 favelas brasileiras, espalhadas por 10 Estados.

Nesse mesmo *tour* realizado com o Anderson, encontrei um objeto de lazer, usado por crianças do Complexo, o qual acabou se tornando simbólico, na relação entre os moradores e as práticas de “pacificação”. Passando perto da estação Itararé do teleférico, vi algumas

crianças brincando, numa mesa de *ping-pong*, próxima a uma ribanceira. Mais tarde, soube que, de noite, a mesa era jogada, barranco abaixo, por policiais de uma das UPPs. Os moradores a recuperavam, no dia seguinte, e a colocavam, de volta, para que as crianças voltassem a brincar.

A expressão artística através da fotografia também está presente no Complexo do Alemão, através das oficinas, promovidas aos sábados, pelo fotógrafo e morador do Complexo, Bruno Itan. O tema principal das fotografias de Bruno são as paisagens, as dinâmicas sociais e os moradores do próprio lugar, onde mora. Hoje, com 28 anos de idade, registrou a construção das estações e a instalação do teleférico, além de outras obras do PAC. Assim como Renê Silva, Otávio Júnior (o “Livreiro do Alemão”, que promove a leitura entre moradores do Complexo) e Adriana da Empadinha (vendedora de empadas e brigadeiros que, percorrendo alguns morros do Complexo, anuncia seus produtos, gritando “olha a empadinhaaa! Empa, empa, empadinhaaaa!”). Bruno também fez uma participação na telenovela, entre 2012 e 2013.

No dia 07 de julho de 2011, na cerimônia de inauguração das obras do teleférico, lá estava ele, bem arrumado e elegante, com seus cliques, exibidos para os convidados do evento, que contou com as presenças do Governador do Estado, Sérgio Cabral, do Prefeito da cidade do Rio de Janeiro, Eduardo Paes, e da Presidente da República, Dilma Rouseff. Sobre este momento, Sabrina Abreu e Rene Silva contam que:

A presidente elogiou as fotos do rapaz. Mandou chamá-lo e ofereceu a ele, ali mesmo, um emprego como fotógrafo em Brasília. Os olhos amendoados diminuídos pelo sorriso nervoso com que respondia à mulher mais poderosa do país indicavam que Bruno não tinha certeza de que a oferta era séria. Percebeu que sim apenas quando ouviu uma contraproposta vinda de Cabral. “O rapaz é morador do Rio, deixa ele aqui. Eu o convido a trabalhar como meu fotógrafo” (ABREU E SILVA, 2013, pág. 63).

E, realmente, Bruno se tornou um dos fotógrafos oficiais de Sérgio Cabral. A cópia de algumas de suas fotos foram, inclusive, alçadas à categoria de “*souvenir* para turistas”, e vendidas na barrquinha do Cléber Araújo, no alto das Palmeiras.



Fig. 29: Profa Lygia Segala e Bruno Itan no evento “Circulando” de 2013. **Fig. 30** Painel de fotos do Bruno Itan, expostos no evento “Circulando” de 2013. Fonte: fotos do autor, 2013. **Fig. 31:** Foto do Complexo de Bruno Itan. Fonte: Coletivo Alemão, 2013.

O convite ao Bruno, para se tornar um dos fotógrafos da Presidente da República, bem como, a escolha do Complexo do Alemão, local de construção de um projeto inovador de mobilidade urbana, nos remetem a uma busca, para valorizar o espaço e os moradores de um conjunto de favelas recém-*pacificado*, considerado um dos lugares mais perigosos do Rio de Janeiro.

Durante o período, que estabeleço como recorte principal, desta pesquisa (2012 a 2015), quando tive uma inserção mais intensa no campo, acompanhei um evento cultural de exposição artística, chamada “Deu na Telha”. O projeto se apresenta como sendo a “1ª exposição aérea de artes no Alemão”, com obras de artistas contemporâneos colocadas em telhados de algumas casas do Complexo, entre as estações “Baiana” e “Itararé.” O projeto, que se chamou “Felicidade”, durou de 30 de março a 17 de agosto de 2014. Para que os visitantes pudessem apreciar as obras, foi montado um *stand* na estação de teleférico de Bonsucesso, onde eram expostas, em tamanho reduzido. Os originais eram colocados em tamanho gigante, em alguns telhados de casas, e deveriam ser admirados, a partir das gôndolas do teleférico. É notável observar nos períodos posteriores à política de “pacificação” e construção do teleférico, os investimentos no Complexo, materiais e simbólicos, no sentido de afirmá-lo como espaço social seguro, com circulação aberta e com produção cultural local significativa. “Abrir oportunidades” para os moradores é outra ideia recorrente nessa *retomada*⁶³ do Alemão.

⁶³ A ideia de *retomada* está presente nos discursos das UPPs e da imprensa como “volta à ordem” e “libertação do poder paralelo do tráfico de drogas”. Articula-se estreitamente à ideia da *pacificação*. Voltarei adiante a esse ponto.



Figs. 32 e 33: Parte externa e interna do *stand* do projeto “Deu na Telha” Fonte: fotos do autor, 2014.

Para o projeto, foram previstas também visitas guiadas, oferecidas, gratuitamente, ao público visitante que as solicitasse, e três oficinas gratuitas de capacitação para os moradores: i) de artes plásticas, ii) de produção cultural e iii) de sustentabilidade. Assim como fez, chamando uma agência de turismo para montar um *stand*, na estação Bonsucesso de teleférico (a agência *Visita Guiada*), a Supervia promove este projeto, posteriormente, incentivando a visita de pessoas de fora do Alemão. Infelizmente, porém, ambos os resultados não se mostraram encorajadores. A *Visita Guiada* encerrou suas atividades em outubro de 2013 e, nas conversas que tinha com os guias do *Deu na Telha*, diziam que pouquíssimos eram os interessados em fazer o guiamento.



Figs. 34, 35 e 36: Algumas das obras artísticas do projeto “Deu na Telha” vistas de dentro da gôndola do teleférico Fonte: fotos do autor, 2014.

Em uma das minhas atividades de campo entrevistei em 2015, Gustavo Bragança que era responsável pelas relações institucionais da Supervia, na época, em que esta era administradora do teleférico do Alemão. Gustavo era formado em Comunicação Social, tendo trabalhado, também, no setor de Comunicação Social da Rede Globo de Televisão. Nesta entrevista, ele fala sobre seu trabalho e, percebe-se, que o seu posto de relações institucionais da Supervia, com foco no teleférico do Alemão, teve origem nas ações de *retomada* do

Complexo. Faziam parte de sua competência, atividades que objetivavam tanto a manutenção e a gestão de mobilidade do teleférico, quanto a realização de diversas atividades culturais nas estações. Estas atividades tinham, como objetivo principal, a valorização positiva das comunidades do Complexo.

A minha função aqui é fazer o quê? É criar junto à comunidade, junto com as empresas ao redor do teleférico, parcerias que vão desaguar em projetos sociais, projetos culturais, projetos de entretenimento, oportunidades que possam criar, vamos dizer assim, uma possibilidade de você fazer transferência de conhecimento, de informação, abrir portas para as pessoas; até uso um termo assim, que viviam dentro de uma prisão né, que é a ignorância e o domínio do tráfico durante esse tempo todo. Então são pessoas que nunca tiveram possibilidade de ter contato com nenhum tipo de informação que pudesse estimulá-las a voar, de ter vontade de partir pra uma viagem qualquer dentro do campo cultural. Então, essa é o nosso maior desafio. Você estimular, através destes programas todos que a gente foi fazendo durante esse tempo todo, estimular que essas pessoas fossem, vamos dizer assim, virassem a página né.

Essas iniciativas, consideradas “sociais” e “culturais”, têm na passagem, ritualmente proclamada da *ocupação*, “*pacificação*” ou da *tomada/retomada*, seu apoio argumentativo. Na prática, porém, os conflitos avolumam-se, aumentando as críticas à tutela da polícia, como bem indica o entrevistado:

Então é uma relação como você está cansado de ver, é uma relação difícil, uma relação que, no início, até foi melhor; talvez as expectativas do início desse processo, elas vislumbravam uma convivência muito boa e... e ao longo do tempo as coisas né, na verdade as pessoas confundem, acham que quando entrou a UPP o problema está resolvido, mas o problema começa. A UPP é um problema... quer dizer, é um problema, é um formato que leva tempo pra se consolidar, até porque só a UPP não resolve; essas coisas que você já ouviu realmente, está cansado de saber, ela tem que junto com uma série de outras secretarias governamentais aplicando uma série de outros projetos pra dar suporte, enfim. Então, eu fazia esse meio de campo com essas lideranças comunitárias, com as UPP's, com as empresas do entorno, a Flupp [Festa Literária das Periferias], por exemplo, está sendo envolvida nisso aqui, que é uma parceira fantástica, o Sesc, o Sesi, e as empresas daqui, o Makro, enfim, que sempre tiveram muita participação nesse nosso desafio. Nós tivemos assim, por exemplo, só pra você ter uma ideia, foram vencedoras, a Flupp que é a feira literária das UPP's, ela sempre atuou nas

comunidades, sempre com foco e os... vamos dizer assim, os responsáveis pela UPP, que é o Júlio e o Hélcio, sempre foram parceiros nosso (sic). Então, uma vez fizemos uma ação aqui que foi um sucesso, com a Academia Brasileira de Letras, era o centenário do Raul Pompeia...(01/07/2015)

Nestes dois trechos da entrevista, além da sua posição crítica frente ao programa das UPPs, ele fala de duas exposições organizadas na estação do teleférico de Bonsucesso que aconteceram durante sua gestão: a exposição sobre Raul Pompeia e Aloísio de Azevedo - que tratava da moradia e da educação - e uma exposição, construída na forma de painéis informativos, que se tornou permanente: “Da demolição do cortiço Cabeça de Porco ao Teleférico do Alemão: 120 anos de História da Habitação Popular no Rio de Janeiro”, por Nando Cavallieri.

*Nós fizemos coisas aqui, e eu dou como exemplo essa que é uma coisa que, pô, vinha gente de fora pra ver isso. Então, o nosso objetivo sempre foi esse, o de você criar situações que as pessoas aí de dentro ficassem, po**a, embasbacadas com isso, que fosse, vamos dizer assim, de 100 você conseguir pegar 1, po**a, é uma vitória.(...) Mas fizemos ali no Adeus, uma vez, logo no início, a Orquestra Sinfônica de Barra Mansa, na época alguém conseguiu trazer (...) e tinham outras coisas também, é orquestra de bairro, mas eu não conhecia, é fantástica, e chegou ali, pô, no dia tinham 4 ou 5 pessoas, eu fiquei cara, aquilo me deu um desânimo, (...) Aí passou uma pessoa dessas que passa e fala coisas que você grava na vida, e eu fiquei assim desanimado, e falei: “Meu Deus do Céu, só vai ter meia dúzia de pessoas pra um negócio desses, que coisa!”. Aí o cara falou: “Pô, se tiver uma, rapaz, solta foguete”. É porque era a natureza do negócio. Aí depois foi feito um projeto a parte que teve 10.000 pessoas. (01/07/2015)*

É importante citar aqui, como instituição interna de importância, a ONG Instituto Raízes em Movimento, cuja sede se encontra na Av. Central, 68, morro do Alemão. Focado nos direitos humanos, o Instituto promove uma série de atividades culturais e de debate de ideias, visando promover o desenvolvimento humano, social e cultural no Complexo do Alemão. Os objetivos são alcançados, também, através de parcerias com outras organizações da sociedade civil, como universidades, e com movimentos sociais. Nas vésperas da chegada do príncipe Harry da Inglaterra ao Complexo, o Raízes foi visitado por representantes da comitiva da Embaixada Britânica, para uma troca de ideias entre artistas ingleses e brasileiros.

Até 2016, realizava algo que me pareceu singular, nas favelas cariocas: encontros mensais de pesquisadores com base no Complexo, como espaço de trabalho. Abre-se uma rede de relações, fora da favela, gerando um importante reconhecimento. Promove eventos significativos, no debate sobre a favela, como o “Vamos Desenrolar” e o “Circulando”. Um dos seus diretores é o Alan Brum, morador e formado em Ciências Sociais que diz: “Estamos fazendo pontes, diálogos, redes para o desenvolvimento do Alemão”. Um dos “movimentos” do Raízes foi sobre o PAC, e começou em 2008. O Instituto realizou um movimento e contou, ainda, com um Centro de Pesquisa, Documentação e Memória do Complexo do Alemão (CEPEDOCA).

Em 2014 participei de uma das aulas, da primeira edição do projeto *Turista Aprendiz*, que ofereceu oficinas a jovens do Complexo, objetivando ampliar-lhes a visão sobre o mundo e sobre si mesmos, por meio de encontros com leituras, criação literária, deslocamentos e exercícios do olhar antropológico. O projeto promovia excursões, pela cidade e pelo estado do Rio de Janeiro, transformando-os em turistas.

As viagens se configuram não apenas no conhecimento de novos lugares e patrimônios culturais, mas na possibilidade de gerar experiências que instiguem o olhar, ou mesmo certo *estranhamento*. O encontro da Antropologia com o *turista aprendiz* se dá justamente a partir desta provocação, contribuindo para refletir sobre sua forma de criar e interagir com o mundo.⁶⁴

2.3 O Fim? “O dia em que a bandidagem do Rio perdeu a fama de valente”: da tomada do Alemão às iniciativas de “pacificação”.

*Foi na época da tão
Comentada invasão
Que se deu logo aqui
No Complexo do Alemão
Moradores e bandidos
Com o coração na mão*

(José Franklin, Dico e a invasão do Alemão. Pág.6)

D. Maria Antônia, a mesma moradora que fala de um Complexo com características de ambiente rural, com poucas casas e onde se cozinhava à lenha, também sinaliza, no vídeo-documentário exibido na Nave do Conhecimento, que os tempos mudaram: “a gente tinha

⁶⁴ <http://turistaaprendiz.com/projeto>. Acesso em 23 de dezembro de 2014. As outras edições do projeto foram na Providência, Manguinhos e Rocinha.

uma tranquilidade, tinha quadrilha [de festa junina]...Agora, não. A gente não tem mais tranquilidade!”.

A queixa, de D. Maria Antônia, parece estar ligada ao domínio que o tráfico de drogas estabeleceu no Complexo do Alemão, a partir dos anos 1990. Hoje, não é possível falar da história do Complexo, sem se referir ao período do domínio dos traficantes, nos morros das comunidades.

Um artigo do *blog* “Crime News⁶⁵” apresenta uma versão da história sobre a estigmatização do Alemão, como lugar de violência; conta um pouco da história que passou a marcar, negativamente, este conjunto de favelas, através de um texto que afirma ter recebido de um morador do Complexo. De acordo com o blog, um dos personagens principais dessa história foi Orlando da Conceição Filho (Orlando Jogador), que assumiu o controle de alguns morros do Alemão, arrendando bocas de fumo das comunidades vizinhas. Orlando estendeu seus limites até o Complexo da Penha, e fez, do Complexo, uma opção de entreposto do Comando Vermelho às quadrilhas da zona Sul da cidade. Transformou bocas de fumo, de baixa rentabilidade, em prósperos negócios e dizia estabelecer laços estreitos, com a polícia, se mantendo assim, longe da cadeia e livre da ação dos inimigos.

Em junho de 1994, porém, o maior parceiro de Orlando, Ernaldo Pinto de Medeiros (o Uê), lhe tramou uma emboscada e matou-o, junto com 14 de seus aliados. No entanto, o domínio de Uê, no Complexo, não durou muito. Três meses depois, Márcio dos Santos Nepomuceno, (Marcinho VP), então com 17 anos de idade, toma o poder do tráfico local. A partir da sua influência e na busca por vingar a morte de Orlando Jogador, Marcinho VP, apoiado por outro traficante, o Fernandinho Beira-Mar, ordena a morte de Uê, sendo então, queimado, dentro do presídio de Bangu 1, em 2002. A quadrilha de Marcinho VP é, também, a responsável pela morte do repórter da Rede Globo de Televisão, Tim Lopes. O repórter foi sequestrado e morto, também em 2002, quando produzia uma matéria sobre prostituição infantil e tráfico de drogas, nos bailes *funk* da Vila Cruzeiro. O principal acusado foi Elias Pereira da Silva, (o Elias Maluco), condenado a 28 anos e seis meses de prisão. Sua morte repercutiu, internacionalmente, multiplicando protestos e homenagens, e trazendo o Alemão para as primeiras páginas dos jornais da cidade. Seu filho, Bruno Quintela, também jornalista, transformou, em 2014, a vida do pai em documentário, (*Tim Lopes - Histórias de Arcanjo*),

⁶⁵ <http://blogcrimesnews.blogspot.com.br/2015/04/a-origem-do-imperio-do-cv-no-alemao-e.html>. Acesso em 25 de Novembro de 2016. Este portal eletrônico foi idealizado em 2011 e criado na intenção de reunir diversas informações históricas e relatos, sobre a história das facções criminosas e seus autores, do Estado do Rio de Janeiro.

numa forma de velar sua morte e lidar com o luto.⁶⁶ Durante meu trabalho de campo, em abril de 2015, visitei e conheci o local onde Tim Lopes foi morto, queimado e enterrado: as proximidades da Pedra do Sapo, no alto da Serra da Misericórdia. Ali, bandidos tinham um posto de observação. O local da morte de Tim Lopes e um pouco da história do seu assassinato são atrativos, explorados pelos guias e cicerones (monitores) das duas agências de turismo, que acompanhei nesse tempo de pesquisa.

A partir dos anos 1990, estabeleceram-se, no Complexo, alguns dos principais chefes do tráfico de drogas da cidade e do estado do Rio de Janeiro e, depois do início da implantação do programa das Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs), em fins de 2008, serviu também de refúgio a traficantes expulsos das favelas ocupadas.

O conjunto de favelas do Complexo do Alemão chegou a ser considerado, por José Mariano Beltrame, Secretário de Segurança do estado do Rio de Janeiro (de 2007 a 2016), uma “central do crime⁶⁷”, onde, segundo ele, cada comunidade tinha seu gerente de tráfico e faturamentos próprios. Ali passou a ser o ponto de distribuição de drogas, munição e armas para as demais localidades, dominadas pela organização criminosa do Comando Vermelho (C.V.) (2014, pág. 138). Sob constante acusação, desqualificado, socialmente, ao máximo, o Complexo do Alemão chegou a receber apelidos, como, “cidade do tráfico” (Revista Veja, 1994), “Bunker do crime organizado” (Revista Isto É, 1998), “o lugar mais violento do Rio” (...) “onde está a maior quantidade de armamento ilegal da cidade” (Rede Record de Televisão, 2008), “área dominada pelo medo”, “coração do mal carioca”, “lugar mais violento do mundo” (Rede Globo de Televisão), “inferno” (Revista Época).⁶⁸ Eram frequentes os conflitos armados nas comunidades que faziam parte do Complexo.

A fama e o estigma do espaço, como emblema da violência urbana, estendeu-se até os estúdios de criação de jogos de videogames. A produtora brasileira de *games* “Nano Studio”, lançou em abril de 2013, o jogo *on-line* “Favela Wars” (Guerra de Favelas) cujo tema é o conflito entre policiais e traficantes de favelas do Rio de Janeiro. Em julho, do mesmo ano, o estúdio anunciava uma nova “fase” do jogo: as favelas do Complexo do Alemão. O sítio de internet *TechTudo*, que realiza comentários, críticas e avaliações de tecnologias, assim descreveu o jogo:

⁶⁶ Outro filme que entra no circuito da cidade em Março de 2014 dando visibilidade ao Complexo *Alemão*, dirigido por José Eduardo Belmonte, que constrói uma ficção envolvendo policiais e traficantes na ocasião da retomada do Complexo.

⁶⁷ “Complexo do Alemão, central do crime” é inclusive o título do capítulo do livro “Todo dia é segunda-feira”, onde Secretário fala da ocupação do Complexo ao jornalista Sérgio Garcia.

⁶⁸ Abreu, Sabrina e SILVA, Rene. *A Voz do Alemão*, 2013, p. 35-36.

Uma favela em guerra. De um lado, traficantes fortemente armados. Do outro, policiais com muita disposição e variados recursos para combaterem o crime organizado. E você tem uma opção: se juntar a um dos lados e participar desta aventura emocionante em **Favela Wars**, um game online e gratuito para PC (...). Com um arsenal de armas poderosas, diversas opções de aventuras e várias interações com os rivais e aliados, o jogo simula uma guerra emocionante online.⁶⁹



Figs. 37 e 38: *snapshots* do jogo *Favela Wars*. Na figura 31, aparece um cenário da “fase” Complexo do Alemão mostrando, inclusive, uma das gôndolas do teleférico. Fonte: TechTudo.

Provavelmente, pela repercussão internacional que a *tomada*⁷⁰ do Complexo do Alemão, por forças de segurança, obteve, o conjunto de favelas é mencionado até mesmo em séries televisivas norteamericanas. No 5º episódio da 1ª temporada da série *Zoo*⁷¹, intitulado *Blame it on Leo* (uma analogia ao filme de 1984, *Blame it on Rio*, dirigido por Stanley Donen), os protagonistas viajam para a cidade do Rio de Janeiro para investigar um ataque diurno de morcegos. Na cidade, eles vão para a favela que é identificada na série como sendo o Complexo do Alemão. Contudo, na verdade, a locação foi no alto da favela do Vidigal, zona Sul da cidade, no prédio da Vila Olímpica. Mas, a referência que os produtores queriam deixar era a do Complexo do Alemão.

Alguns moradores de favela que conseguem projeção, na mídia, através do talento artístico, relativizam possibilidades de mudanças estruturais, apontando para uma especificidade de marginalidade crônica, que pode atravessar o tempo.

Em 2003, o gaúcho de Santa Maria, José Mariano Beltrame chegou, como delegado, para o Rio de Janeiro e se tornou Secretário de Segurança da cidade, entre 2007 e 2016, (basicamente nos governos Sérgio Cabral (Estado) e Eduardo Paes (Município)). Como delegado, tinha a missão do mapeamento e do monitoramento das facções criminosas que atuavam no Rio de Janeiro. Porém, se tornou famoso e polêmico por, já como Secretário de

⁶⁹ <http://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/favela-wars.html>. Acesso em 20 de Julho de 2016.

⁷⁰ Informações sobre a tomada do Complexo do Alemão estão mais a frente.

⁷¹ *Zoo* é exibida e co-produzida pela rede [CBS](#) e é baseada no [livro de mesmo nome](#) de [James Patterson](#) e Michael Ledwidge. A estreia da série foi em 30 de junho de 2015.

Segurança, ser considerado um dos idealizadores do programa de Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs) e um dos principais articuladores das operações de *tomada*⁷² das favelas da Vila Cruzeiro e, em seguida, do Complexo do Alemão.

A *tomada/ocupação*, das favelas da Vila Cruzeiro e do Complexo do Alemão, foi transmitida, mundialmente, por várias mídias jornalísticas e sociais, destacando-se a transmissão feita pela *Rede Globo de Televisão* e por um jornal comunitário do Complexo do Alemão, o *Voz das Comunidades*. As informações fornecidas pelo *Voz das Comunidades*, durante a *tomada* do Complexo do Alemão, ajudou os próprios moradores e deu fama ao seu criador, também morador do Complexo, Rene Silva. O Jornal Nacional, principal telejornal da Rede Globo, ganhou o prêmio Emmy Internacional, em 2011, pela cobertura da *tomada* do Alemão e o jornal do Rene ganhou versão digital⁷³, ajuda financeira de um programa de variedades da Rede Globo (*Caldeirão do Huck*), participação na telenovela *Salve Jorge* e um livro escrito em parceria com a jornalista Sabrina Abreu, intitulado *A Voz do Alemão*.

Na minha pesquisa de campo, a história da *tomada* do Alemão aparece como um dos “atrativos” para os visitantes, contada pelos guias-monitores. Na narrativa destes atores, faz-se alusão à cobertura televisiva e mostra-se aos turistas a estrada por onde os “bandidos” da Vila Cruzeiro fugiram para o Complexo do Alemão.

A ação épica da *retomada* pode ser resumida assim: em novembro de 2010, às 08h00 de um domingo, 2.600 homens das forças de segurança iniciaram a ocupação das favelas do Complexo, com a ajuda de blindados da Marinha, homens do Batalhão de Operações Especiais do Rio de Janeiro (BOPE) e helicópteros da Polícia Civil. Às 10h00 o Complexo do Alemão estava dominado pelas Polícias Militar, Civil, Federal e pelas Forças Armadas. Como foi dito, a *retomada/ocupação* do Complexo do Alemão tenha sido, talvez, uma das notícias, sobre o Rio de Janeiro, de maior repercussão nacional e internacional, naquele ano. A imagem da fuga dos traficantes da Vila Cruzeiro para o Complexo do Alemão, transmitida por telejornais em 25 de novembro de 2010, tornou-se uma importante memória temporal e espacial, nas narrativas e nas lembranças dos moradores, e dos guias locais, assinalando um momento novo de redistribuição de poder, na localidade.

⁷² A noção de *tomada* está vinculada à gramática e às estratégias de guerra. Tem o sentido de ocupação do território diante da derrota do inimigo. No caso do Complexo do Alemão, a *tomada* é usada geralmente pelos policiais da UPP e a *ocupação* pelos moradores, especialmente por aqueles mais engajados no movimento comunitário.

⁷³ www.vozdascomunidades.com.br. Acesso em 18 de dez. de 2016.



Figs. 39 e 40: Imagem emblemática da fuga dos traficantes da Vila Cruzeiro para o Complexo do Alemão, transmitida pelo RJTV no dia 25/11/2010. A estrada que aparece no vídeo se torna ponto de interesse turístico, sendo apontada em 2013, pelos guias e monitores, aos visitantes do Complexo. Tive a oportunidade de visitar e andar por essa estrada em Junho de 2015, em meu trabalhos de campo. Fonte: www.youtube.com/watch?v=PDMPesOaOg. Acesso em novembro de 2016.

Estas ações estavam aliadas ao planejamento de implantação do programa da UPP. Em maio de 2012 foi instalada a primeira unidade no Complexo do Alemão, e, em agosto do mesmo ano, na Vila Cruzeiro. A instalação das UPPs, a “saída” dos traficantes do Complexo, (ou, pode-se dizer, a suspensão dos conflitos armados), a partir da *tomada/ocupação* e das obras do PAC geram novas dinâmicas sociais, nas comunidades e novas representações coletivas, sobre este espaço urbano. Dentro dessas novas representações cultivadas aparecerá o turismo. Outro elemento importante, ligado a essas novas representações, e que aparece a partir do “PAC das Favelas” no Rio de Janeiro, (iniciado em 2008), é a construção do teleférico do Alemão, que vai servir, inclusive, como inspiração e cenário para a gravação de uma novela da Rede Globo de Televisão - *Salve Jorge* – de autoria de Gloria Perez, produzida e transmitida entre 2012 e 2013. Neste folhetim, vários personagens eram moradores do Complexo e era frequente, o aparecimento do teleférico, como pano de fundo.



Fig. 41: Mapa mostrando a vista aérea da rota de fuga dos bandidos da Vila Cruzeiro para o Complexo do Alemão. Fonte: *Google* (2016).

Ainda relacionado à repercussão que as *retomadas* da Vila Cruzeiro e do Complexo do Alemão tiveram, circulou na cidade, vale mencionar, um encarte publicado pelo jornal Extra, um ano depois. Neste, aviva-se e comemora-se a *retomada* da Vila Cruzeiro e do Complexo do Alemão. Os fatos, tratados como cenas de combate, aparecem quadrinizados. Tendo como título *O Fim. O dia em que a bandidagem do Rio perdeu a fama de valente*, nestes quadrinhos desenhados por Alan Alex, aparecem Sérgio Cabral, José Mariano Beltrame, Luís Inácio Lula da Silva, então presidente da República, e outros personagens, ligados diretamente à operação. As três páginas finais enfatizam a fuga de alguns bandidos pelos esgotos, e, inversamente, o simbólico hasteamento da bandeira do Brasil, no alto de um dos morros do Complexo, como representação de posse e vitória. O teleférico, que também olha os morros do alto, é celebrado como integração à cidade e alerta para problemas de necessária solução como a convivência com os militares, o gás, que ainda precisa ser comprado em bujão e o lixo, que não é devidamente recolhido. Como diz no último quadrinho da página 15: “Mas nem todas as notícias são boas!”.



Figs. 42 e 43: Infográfico na página central do encarte, informando o número das forças de segurança pública que tomaram (no título como “retomaram”) a Vila Cruzeiro e o Complexo do Alemão: segundo o infográfico foram utilizados 4 blindados Clanf; 6 blindados M113; 5 blindados Piranha; 2 viaturas blindadas de apoio da Marinha; 2 blindados Cascavel; 4 blindados Urutu do Exército; 7 helicópteros; 300 policiais federais; 395 policiais do Bope; 800 policiais civis; 607 policiais militares e 1.300 homens das forças armadas. Dos bandidos foram apreendidos 160 fuzis, 39 metralhadoras, 19 submetralhadoras, 34 espingardas, 19 carabinas, 77 revólveres e 215 pistolas. 171 pessoas foram presas, sendo destes, 16 menores de idade. Fonte: “O Fim”, 24/11/2011.



Fig. 44. Capa da quadrinização da tomada do Alemão apresentado como encarte no Jornal Extra. **Figs. 39 e 40:** Página 13 com o hasteamento da bandeira do Brasil e página 15 com o quadrinho mostrando o teleférico. Fonte: “O Fim”, 24/11/2011.

Chamo a atenção, neste momento, para o programa das UPPs, que parece se encaixar, perfeitamente, como solução para os graves problemas de violência urbana, originada do tráfico de drogas dos morros do Rio de Janeiro. No meu entendimento, dentro da dinâmica deste programa, o Complexo do Alemão e a Vila Cruzeiro apareciam como os bastiões de resistência principal ao “grosso” deste tráfico. Para a socióloga Márcia Pereira Leite, usando depoimentos do Secretário de Segurança, José Mariano Beltrame, um dos idealizadores deste

Programa, as favelas aparecem como distantes da ordem do Estado. Territórios que precisam ser “recuperados” para o Estado, já que estariam dominados por grupos criminosos armados.

Considero que a *tomada/ocupação* da Vila Cruzeiro e do Alemão funcionaram como um “coroamento” das medidas de segurança pública, implantadas na cidade pelo então secretário José Mariano Beltrame e pelo programa das UPPs. *Tomar, ocupar, controlar e pacificar* o “lugar mais violento do mundo” funcionou como o símbolo-maior da eficiência e da certeza deste Programa, que já preparava e tentava domesticar e civilizar a cidade, para os megaeventos da Copa do Mundo e das Olimpíadas.

O tempo, no entanto, mostrou que a economia das drogas e das armas, e a sua expressão violenta nas favelas e periferias, principalmente, é bem mais complexo, como ressaltam vários estudos de cientistas sociais, como Luiz Antonio Machado da Silva, Michel Misse, Ignácio Cano, entre outros. Em 2014, os conflitos armados recomeçaram no Alemão, afetando, inclusive, as iniciativas locais ligadas ao turismo; Em 2016, o programa das UPPs entrou em decadência e descrédito, devido, principalmente, aos inúmeros embates junto às populações das favelas, ao recrudescimento da economia do tráfico, às tensões internas, dentro da polícia,⁷⁴ e à crise econômica, que se abateu sobre a cidade e o Estado do Rio de Janeiro e tornada pública, depois das Olimpíadas, em 2016.

2.3.1. Segurança controlada: UPPs e Turismo

A primeira Unidade de Polícia Pacificadora (UPP) foi inaugurada em 19 de dezembro de 2008, no bairro de Botafogo, zona Sul da cidade do Rio de Janeiro. Foi a primeira experiência de política de proximidade, entre polícia e comunidade, idealizada pela Secretaria de Segurança do Rio de Janeiro, e vista, como unidade-modelo. O morro do Santa Marta, que já foi dominado pelo tráfico de drogas,⁷⁵ tornou-se, também em consequência desta política de “pacificação”, uma “favela-turística” visitada, principalmente, por estrangeiros.⁷⁶

Com 53.706m² e cerca de quatro mil moradores, (uma favela, relativamente, pequena, com apenas duas entradas – uma por cima e outra por baixo – e de configuração espacial vertical), figura, até hoje, na lista oficial de atrativos turísticos da cidade e é, informalmente,

⁷⁴ Com a cidade de certo modo controlada até o fim das Olimpíadas, a missão foi cumprida. O secretário de Segurança Beltrame se demite logo depois, em 10 de outubro de 2016.

⁷⁵ Vide documentário *Notícias de uma guerra particular*, documentário produzido por João Moreira Salles e Kátia Lund, 1999.

⁷⁶ Sobre uma análise da atividade e da frequência turística no Santa Marta, ver a dissertação de mestrado de Gabriel Ferreira Barbosa *Um novo circuito na favela: o caso da frequência turística no Santa Marta*, PPGA/UFF, 2014.

conhecida, como a “favela das celebridades”, dado o grande número de visitantes estrangeiros, artistas de filmes e seriados, (especialmente norte-americanos), e cantoras - como Madonna, Alicia Keys e Beyoncé – que escolheram visitar esta favela. A metodologia utilizada para o desenvolvimento do turismo, no Santa Marta, também foi considerada um modelo: o turismo comunitário. A implantação deste método teve o incentivo da Prefeitura, com o programa *Rio Top Tour*, qualificando moradores para trabalharem na favela, com o Turismo. Muitos deles, posteriormente, buscaram nova qualificação, em cursos técnicos de turismo, e abriram suas agências locais. Arrisco dizer que hoje, o Santa Marta é a favela carioca com o turismo mais organizado, servindo de modelo e de incentivo empreendedor para outras iniciativas de “turismo em favela”, na cidade. Como atrativos, o Santa Marta oferece a laje Michael Jackson (onde o cantor gravou parte do videoclipe *They Don't Care About Us*), um plano inclinado com um bondinho, inaugurado em 2008 - objetivando facilitar a subida e descida dos moradores - o Mirante do Pedrão, lojas de *souvenirs*, um centro cultural, além de restaurantes e bares. Oferece, também, lugares para a prática de *downhill*⁷⁷ e de trilhas.

A política de proximidade no Programa das UPPs não é, de fato, uma grande novidade. Tentativas de policiamento comunitário já haviam sido ensaiadas, no 1º governo de Leonel Brizola (1983) e no governo de Antony Garotinho (1999 a 2002). No entanto, sobre o programa das UPPs, a professora de Criminologia, Vera Malaguti Batista, afirma que ele faz parte de um “arsenal de intervenções urbanas, previstas para regiões ocupadas, militarmente, no mundo, a partir de tecnologias, programas e políticas norte-americanas, que vão do Iraque à Palestina.” (BATISTA, 2011). A professora cita, inclusive, a cidade de Medellín. Argumenta que um projeto de ocupação militar, similar da cidade, ficou conhecido pelos gestores da cidade do Rio de Janeiro, a partir de uma viagem feita pelo então Governador (Sérgio Cabral) e pelo Prefeito (Eduardo Paes). Após esta viagem, Vera Malaguti diz que eles resolveram trazer:

um pacote embrulhado na “luta contra o crime”, sem que se percebesse que era um projeto de ocupação territorial apoiado pelo governo norte-americano contra a histórica guerrilha colombiana que chegou a ter 40% do território colombiano sob seu controle.” (BATISTA, 2011, pág.105).

O professor de Relações Internacionais da UERJ, Paulo Velasco, ratifica a afirmação de Vera Malaguti Batista dizendo que, nos últimos anos, houve uma cooperação no plano das

⁷⁷ Forma do ciclismo que consiste em descer o mais rapidamente possível um dado percurso.

cidades, entre Brasil e Colômbia, e que a experiência das UPPs, implantada no Rio de Janeiro, veio de uma prática colombiana⁷⁸.

Veremos, mais à frente, que não foi, somente, este projeto de intervenção militar “transferido” da cidade de Medellín, pelos governos Sérgio Cabral e Eduardo Paes, para o Rio de Janeiro. A estrutura inovadora de utilização de teleféricos, como meio de transporte, que ficou conhecida, aqui, como o teleférico do Alemão.

Apesar de o objetivo deste trabalho não ser a discussão do polêmico programa das UPPs, a “pacificação” das favelas, se tornou um elemento, muito importante, para a implantação de ofertas e infraestruturas turísticas, e para a prática, deste tipo de atividade, neste espaço.

“Pacificar” um território pressupõe que ele esteja em guerra. Segundo a socióloga Márcia Pereira Leite (2012) este é o ponto de vista, adotado pelo Estado, notadamente, sobre as relações entre favela e asfalto, na cidade do Rio de Janeiro. Seus estudos afirmam que a construção social das favelas, como territórios de violência, se dá em dois momentos: i) no final da década de 1990 até os anos 2000, quando o Estado promove uma “guerra” aos traficantes de drogas, sediados em algumas das favelas cariocas (e, muitas vezes, aos próprios moradores, que são tomados como “quase bandidos”) e ii) a partir de 2008, com a implantação das UPPs, objetivando retomar o controle armado desses territórios, e “civilizar” seus moradores, com fins de integrá-los à cidade. A socióloga sustenta que a construção social da favela, como território de violência, é o principal dispositivo da produção das favelas, como “margens do Estado”. Para Leite, que utiliza teorias do historiador Gérard Noiriel⁷⁹, a identificação como *favela* e *favelado*,

embasa e, simultaneamente, justifica uma forma específica de gestão estatal desses territórios e populações, por meio de dispositivos que delimitam as possibilidades de acesso de seus moradores aos equipamentos urbanos e serviços públicos (inclusive à segurança) e reproduzem dinâmicas segregatórias em curso na cidade. (LEITE, p.375).

A ideia parece pertinente, quando pensamos nas críticas aos programas sociais e às obras de infraestrutura urbana⁸⁰, no Rio de Janeiro, voltados para os espaços resultantes de

⁷⁸ Depoimento dado ao programa “Sem Fronteiras” da GloboNews, exibido em 08/12/2016.

⁷⁹ Em especial o livro *L'identification. Génèse d'un travail d'État*, Paris: Belin, 2007.

⁸⁰ Para este trabalho, considera-se especialmente o PAC – *Urbanização de Favelas* que, no Rio de Janeiro contemplou quatro grandes territórios de assentamentos informais na cidade: o Complexo do Alemão, Manguinhos, Pavão-Pavãozinho/Cantagalo e Rocinha

assentamentos informais. Citando Marcelo Burgos⁸¹, Márcia Pereira Leite lembra que as políticas de urbanização das favelas só foram implementadas, e de modo intermitente, a partir dos anos 1980. Mesmo com essas políticas de urbanização, até hoje, os equipamentos e os serviços públicos urbanos não foram universalizados, para todas as favelas cariocas, e, a qualidade, daqueles que existem, é, consideravelmente, inferior àquela, proporcionada às áreas formais (nos bairros) da cidade.

O Estado não está ausente das favelas, mas sua presença caracteriza-se pela prestação de serviços de baixa qualidade, clientelismo e ineficiência das instituições estatais, brutalidade policial e desrespeito aos direitos civis de seus habitantes que não têm reconhecido e garantido seu estatuto de cidadania. (LEITE, 2012, págs. 377 e 378).

Voltando à questão do programa das UPPs, Márcia Pereira Leite, usando falas de José Mariano Beltrame, diz que, para os idealizadores deste programa, as favelas aparecem como distantes da ordem do Estado. Territórios que precisam ser “recuperados” para o Estado, já que estariam dominados por grupos criminosos armados. Daqui tiramos o porquê do uso das palavras *tomada* e *retomada*, usadas para as ações da Vila Cruzeiro e do Complexo do Alemão.

Outro ponto muito discutido, relacionado ao programa das UPPs, é o fato de que sua implementação selecionou, apenas, algumas das mais de mil favelas, existentes na cidade do Rio de Janeiro⁸². Alguns estudiosos falam que a prioridade foi dada às favelas da zona Sul da cidade, tradicionalmente, o espaço de moradia das classes altas e médias altas. Outros defendem que as primeiras UPPs foram implementadas nestas favelas da zona Sul, objetivando, principalmente, a atividade turística (a implantação desta atividade, dentro das favelas *pacificadas* ou a segurança, para que esta atividade pudesse ocorrer com segurança no “asfalto”). Para Vera Malaguti Batista, as UPPs, ao menos no início de sua implementação, se transformaram em um “macabro consenso”, auxiliado por um “intenso bombardeio midiático”. Realmente, as UPPs tiveram algo, quase inédito: o grande apoio da mídia ao programa. O projeto das UPPs esconde a ocupação militar, nas áreas de pobreza, que se localizam em “regiões estratégicas aos eventos desportivos do capitalismo vídeo-financeiro” (2011). Ou seja, que a implementação das UPPs, preparava o território para a

⁸¹ Dos parques proletários ao Favela-Bairro. In: ZALUAR, A.; ALVITO, M. (Orgs.). **Um século de favela**. Rio de Janeiro: FGV, 1998.

⁸² Até Junho de 2015 havia 42 UPPs instaladas na cidade, sendo que apenas quatro na zona Sul: Santa Marta, Babilônia/ Chapéu Mangueira, Cantagalo/Pavão/Pavãozinho, Vidigal/Chácara do Céu e Tabajaras/Cabritos. (Fonte: <http://www.upprj.com>. Acesso em Julho de 2015).

Copa do Mundo de 2014, e dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos 2016, que tiveram, como sede, a cidade do Rio de Janeiro.

Podemos dizer, também, que a seleção de certas favelas, na cidade, para a instalação das UPPs, acabou hierarquizando, social e espacialmente, as favelas, e aprofundando diferenças entre elas. E ainda, a “turistificação” de algumas delas, em detrimento de outras.



Fig. 45. Mapa das UPPs. Fonte: Secretaria de Comunicação do Rio de Janeiro em <http://www.rj.gov.br/web/imprensa/exibeconteudo?article-id=1843320>. Acesso em 15 de janeiro de 2016.

O sociólogo Luiz Antonio Machado da Silva, que desenvolve teorias sobre violência urbana e sociabilidade violenta, é um dos que afirma que a escolha pelos locais de implementação, ao menos das primeiras UPPs, estava ligada, não somente a fatos relacionados ao crime, mas, também, a uma percepção coletiva e aos sentimentos, que ela provoca. De segurança, por exemplo. Segundo ele, há um importante elemento de visibilidade envolvido, o que explicaria a escolha por favelas, na zona Sul, próximas à região turística, e por onde circulariam “formadores de opinião.”

Esta “sensação de segurança” foi um dos três motivos principais, apontados pelos visitantes do Complexo do Alemão, nas entrevistas que realizei em 2015 e 2016. O Complexo também irá se diferenciar desse “Turismo em Favela”, observado nos locais das primeiras UPPs, pelo fato de estar localizado na zona Norte e não na zona Sul, tradicionalmente turística.⁸³

Ainda tomando Luiz Fernando Machado, como referência, e defendendo que elas, realmente, funcionaram como um elemento catalizador das iniciativas e da atividade do

⁸³ Falaremos a este respeito no Capítulo 3.

“Turismo em Favela”, na cidade do Rio de Janeiro, encontramos, em um de seus artigos, uma relativização sobre a polêmica do programa:

a) As UPPs constituem de fato, uma forma inovadora de repressão ao crime; b) onde estão atuando, de um modo geral elas têm apresentado bons resultados, medidos por indicadores locais razoavelmente confiáveis; c) ainda que longe de ser eliminadas, a arbitrariedade e a violência policial são menores onde as UPPs estão operando; d) a presença delas tem melhorado muito significativamente o sentimento de segurança entre os moradores diretamente afetados; e) a insistente divulgação pela mídia da atuação das UPPs tem ampliado as expectativas positivas quanto á segurança a toda a população da cidade, incluindo boa parte dos moradores nas localidades alvo de sua implantação no futuro e até mesmo os segmentos mais abastados, que não precisam (nem querem) UPPs onde vivem. (DA SILVA, 2010, pág. 1.).

Se o sentimento de segurança melhorou entre os moradores, e, se a divulgação, pela mídia, da atuação das UPPs, ampliou expectativas positivas, podemos dizer que estes foram aspectos utilizados para a construção das iniciativas de turismo, nas favelas *pacificadas*, e para o exercício da atividade turística nesses territórios. Esta “sensação de segurança”, porém, não é partilhada por todos, Poucos são os brasileiros que escolhem *favelas*, como destino de lazer. A maioria dos turistas que visitam favelas turísticas cariocas – em especial, as da zona Sul - são estrangeiros. No Complexo do Alemão observaremos um perfil, um pouco diferente: muitos turistas e visitantes brasileiros. Defendo que parte da causa esteja na localização do complexo de favelas, na zona Norte da cidade. Para Sandra de Sá Carneiro, até hoje, considera-se a imagem do Rio de Janeiro, como uma cidade estruturada segundo a oposição, zona Norte e zona Sul. Segundo ela, “não podemos desconsiderar o papel da mídia, na reprodução permanente dessa dicotomia: Zona Norte e Zona Sul possuiriam valores, modos de vida, sociabilidades, claramente, distintas e incompatíveis”. (2009, pág. 193).

Ratificando a afirmativa, de que nem todos os moradores da cidade do Rio de Janeiro, se sentem confortáveis, com a visita a uma favela com UPP, Márcia Pereira Leite (2012) sublinha que mesmo as favelas cariocas *pacificadas* são percebidas, como territórios vinculados à violência e a uma alteridade radical, em relação à cidade. E mais, continuam a ser consideradas, pelas políticas públicas de segurança, como *espaços de exceção* (LEITE, 2013).

Os moradores dos bairros, conclui a autora, aplaudem a implantação das UPPs, estimulados pela valorização dos seus imóveis, pelo fim dos confrontos armados em suas vizinhanças e das “balas perdidas”. Os moradores das favelas-alvo do programa, também apoiam o programa pelas mesmas razões dos moradores “do asfalto”, demonstrando, alívio e esperança, pela possibilidade de suas rotinas não serem mais afetadas pela presença e

atividade de traficantes de drogas, em seus locais de moradia, comemorando e valorizando, também, a queda de homicídios praticados por policiais, ainda que “insistam nas denúncias de violações de seus direitos civis, e das violências praticadas pelos agentes policiais, lotados nas UPPs” (LEITE, 2012, pág. 383 *apud* ABRAMOVAY; GARCIA CASTRO, 2011).

Uma crítica crucial ao Programa das UPPs é que ele, de fato, não garantiu o acesso dos territórios *pacificados* às instituições e serviços públicos, presentes no “asfalto”, previsto no Programa Municipal UPP Social (atualmente Rio+Social)⁸⁴. Leite (2012) analisa que a combinação, entre UPP militar e UPP Social, não vinha conseguindo obter a receptividade pretendida, por parte dos moradores das favelas. De um lado, porque não se promoveu, eficientemente, a articulação necessária entre as diversas instituições estatais, para implantar equipamentos e serviços sociais e urbanos prometidos. De outro, porque se aguçaram conflitos internos, devido às tentativas, do comando de determinadas UPPs, de controle da vida social, de “discrecionalidade na administração da sociabilidade” (LEITE, 2013), (por exemplo, proibição de bailes funks, toque de recolher, etc)⁸⁵, e de usurpar e neutralizar o poder e a representação de organizações de base, (associações de moradores, em especial).

Sonia Fleury (2013) desenvolve sua análise, considerando, ainda, que a ideia de a UPP social não encontrar “uma descentralização de poder, ao nível do governo, que lhes conferisse autoridade e recursos suficientes para responder às demandas da população local. Ao contrário, introduziu-se um modelo decisório, extremamente fechado, no qual a convocação à participação era, frequentemente, denunciada pelas lideranças locais, como mera representação”.⁸⁶ É possível, aqui, adiantar um contraponto com a cidade de Medellín, através das ideias do sociólogo Hugo Acero Velásquez, especialista em segurança⁸⁷. Afirma ele que na Colômbia, o manejo macroeconômico e a segurança continuaram centralizados pelo Estado. Buscou-se que instituições de desenvolvimento social atuassem nas comunidades, junto às políticas de segurança e ao controle da ordem. Para ele há uma lógica:

⁸⁴ “Coordenado pelo Instituto Pereira Passos (IPP) em parceria com o ONU-Habitat – o Programa das Nações Unidas para Assentamentos Humanos –, o Rio+Social atua promovendo a melhoria na qualidade de vida de populações que moram em áreas ocupadas por Unidades de Polícia Pacificadora (UPP). A atuação do Rio+Social tem o seu trabalho pautado por três eixos: o da informação – com levantamentos que geram um retrato e um panorama de cada região; o da intersetorialidade – promove a troca entre as várias instituições presentes no espaço em questão, inclusive os órgãos públicos, evitando assim a fragmentação e a sobreposição de ações; e o da territorialidade — promove a escuta, ação e integração com o público nas áreas atendidas”. (Fonte: <http://www.riomaisocial.org/programa>. Acesso em 25 de Novembro de 2016). O Programa Municipal UPP Social começou a ser implantado em 2010 em localidades com UPPs.

⁸⁵ A notar os movimentos de resistência *Ocupa Alemão às Nove* e *Ocupa Borel à Nove*, de ocupação e recuperação de espaços públicos das favelas com atividades culturais (LEITE, 2013).

⁸⁶ Artigo *Rio: marca registrada da participação pacificada*, Le Monde Diplomatique, 01 de fevereiro de 2013. Disponível em <http://webserver.diplomatique.org.br/artigo.php?id=1352>. Acesso em 18 de novembro de 2016.

⁸⁷ Depoimento dado ao programa *Sem Fronteiras* da GloboNews, exibido em 08/12/2016.

sem segurança é muito difícil investir. Para este meu trabalho, posso afirmar que, apenas, ações de controle não garantem o exercício pleno, e a interpelação ativa da cidadania e dos direitos. Qual seja, sem a receptividade negociada com moradores e a “sensação de segurança” é muito difícil mercantilizar esses territórios, como previa o Programa, e haver turismo.

2.4 A favela é cidade: urbanização, PAC e Teleférico: acelerando o crescimento.

*Fizeram obras do PAC
do Governo Federal
mas está claro que não
foi tudo por igual
nuns lugares não fizeram
ou foi feito muito mal*

*E até um Teleférico
nós temos hoje em dia
porém teria que vir
com a tal democracia
pois só sabemos que ela
existe na teoria*

(José Franklin, O Complexo do Alemão em Cordel. Págs.8 e 9)

De acordo com a literatura que trata do tema “favelas cariocas⁸⁸”, e da memória de antigos moradores, como o Sr. José Manuel de Souza, o Zé Cabo, que lutou pelo abastecimento de água, na comunidade em que morava, tendo até conseguido a instalação de um reservatório, as intervenções urbanas; por parte do governo, nas favelas do Rio de Janeiro, têm início com o processo de redemocratização pós-1945. Por uma lógica, de clientelismo político, começam a receber pequenas “melhorias” urbanas e ações de assistência social, como a construção de lavanderias, de reservatórios e de bicas de água, da construção de manilhas, visando ao saneamento básico e ao provimento de luz elétrica. Nesta época, a prefeitura atuava em parceria com o departamento de assistência social e com a Fundação Leão XIII. Na sua ação filantrópica e fiscalizadora buscava a “melhoria “das condições de vida dos moradores da favela, através da ação educativa, de remoções de barracos ou de

⁸⁸ Por exemplo os livros “Favelas Cariocas” de Maria Laís Pereira da Silva; “A invenção da favela” de Lícia Valladares; “Favelas do Rio de Janeiro: história e direito” de Rafael Soares Gonçalves e “Favelas Cariocas: ontem e hoje” de Marco Antonio da Silva Mello, Luiz Antonio Machado da Silva, Letícia de Luna Freire e Soraya Silveira Simões e “O riscado do balão japonês. Trabalho comunitário na Rocinha (1977-1982)” de Lygia Segala.

“medidas construtivas” (urbanização das favelas, transferência das famílias para conjuntos residenciais e colônias agrícolas, no caso de extinção de alguma favela).⁸⁹

A partir da década de 1960, as relações, entre o governo e as favelas, são estabelecidas através de acordos e convênios, firmados com Associações de Moradores e tendo, muitas vezes, como intermediária, a Fundação Leão XIII. Ainda na década de 1960, e também na década de 1970, a política governamental, para as favelas, define programas de remoção e a transferência de seus moradores para conjuntos habitacionais, construídos por agências do Estado. Ainda hoje, a remoção de população, considerada indesejada em um determinado território urbano, é uma prática, recorrente, no Brasil e em outros países da América Latina, como, por exemplo, a Venezuela. Como exemplos recentes, cito a remoção da Vila Autódromo⁹⁰, no Rio, e da Torre de David, em Caracas⁹¹. Estima-se⁹² que, entre 2009 e 2013, 20.299 famílias foram removidas, (indenizadas ou reassentadas), de sua moradia original, pela Prefeitura da cidade.

A partir da década de 1980 e do governo Leonel Brizola, foram feitas intervenções urbanas, elogiadas, até hoje, por moradores das favelas cariocas. O elogio aparece também numa sextilha do cordel, de José Franklin:

*Na década de oitenta
tivemos uma melhora
o governador Brizola
fez obra dentro e fora
seu saneamento básico
foi o melhor até agora.*

(José Franklin, O Complexo do Alemão em Cordel. Pág. 7)

Dentro da área do Complexo do Alemão, o governo Brizola construiu escolas de ensino fundamental e médio (CIEP e Brizolinha). As favelas passaram a ser atendidas pelas

⁸⁹ Ver Fundação Leão XIII, 1955, págs. 9 e 10, *apud* IPEA (2013).

⁹⁰ A Vila Autódromo, localizada na zona Oeste da cidade nasceu de uma comunidade de pescadores, na década de 1960. A remoção foi justificada pelas obras da Rio-2016, quando as casas da comunidade obstruíram as obras do Parque Olímpico.

⁹¹ No centro da cidade de Caracas, a construção de um alto edifício (45 andares e 190m de altura) para centro comercial e financeiro foi abandonada inacabada, em 1994, depois da morte de seu financiador. A partir de 2007, seu esqueleto foi ocupado por famílias com dificuldade de obter imóvel próprio. Em 2014 aproximadamente 3.000 pessoas moravam no local, que ficou conhecido como *Torre de David*, e que foi considerada a “maior favela vertical do mundo”. A Torre e seu entorno ganharam fama de “perigosos”. A partir de uma operação do governo bolivariano, as 1.156 famílias que viviam no local foram removidos para um conjunto habitacional construído pelo governo, há cerca de duas horas de distância do local. Parte de um documentário realizado pelo canal fechado de televisão *GloboNews* sobre a Torre de David, pode ser visto em: <http://g1.globo.com/globo-news/globo-news-documentario/videos/v/documentario-torre-de-david-mostra-a-vida-na-maior-favela-vertical-do-mundo/3737492/>. Acesso em 20 de julho de 2016.

⁹² http://brasil.elpais.com/brasil/2015/06/20/politica/1434753946_363539.html. Acesso em 20 de julho de 2016.

concessionárias de serviços urbanos, como Light (de luz) e Cedae (de água e esgoto), e foi realizado o “Projeto Mutirão”, abrangendo obras de pavimentação, infraestrutura, pequenas contenções, construção de creches, centros comunitários e reflorestamento de encostas. (IPEA, 2013).

Nos anos 1990, destaca-se o programa da prefeitura do Rio de Janeiro, *Favela Bairro*, que buscou melhorar a infraestrutura – principalmente, o saneamento básico – atingindo parte expressiva das favelas cariocas, entre 1993 e 2007. Porém:

(...) permaneceram nas favelas atendidas pelo programa, uma série de problemas com as infraestruturas instaladas, seja por falta de manutenção, seja porque as obras não atingiram, muitas vezes, toda a área das respectivas favelas (IPEA, 2013 *apud* Cardoso & Araujo, 2007).

A área do Complexo do Alemão, só foi beneficiada na segunda fase do programa *Favela-Bairro*, com recursos para a realização de um plano urbanístico, o qual gerou o *Plano de Desenvolvimento Urbanístico do Complexo do Alemão*, de 2004, aprovado em dezembro de 2006. Este Plano previa a criação de “zonas” de intervenção urbana, subdivididas em unidades, setores e grupos, que contariam com escolas, postos de saúde, hospitais, etc. Também previa a constituição de uma área ecológico-ambiental, conhecida como Parque Municipal da Serra da Misericórdia, e um binário viário que serviria para a introdução de uma linha de ônibus, que atenderia a todo o Complexo. Morar em comunidades do Complexo do Alemão significava um reforço, nas dificuldades de mobilidade urbana, tão presentes na cidade do Rio de Janeiro.

A diferenciação do território do Complexo com relação ao seu entorno transparece, por exemplo, em seu sistema viário, já que suas vias foram construídas, em grande parte, pela própria população à medida que as áreas foram sendo ocupadas. O resultado é um conjunto de vias com caixas de rolamento de largura inferior à necessária para dar vazão à população ali residente e um emaranhado de becos e escadarias que, por suas características geométricas, impõem restrições à mobilidade da população. O sistema de transporte regular que atende a população é periférico, não há linhas que atravessem a área ou tenham pontos finais dentro do Complexo, onde funciona um sistema alternativo de vans e mototáxis. Em pesquisa de opinião, realizada em 2003 com moradores do Complexo do Alemão, estimou-se que cerca de 18% da população apontava carências ou problemas de acesso como o principal problema do bairro. (IPEA, 10º Relatório, Intervenção Sócio-Urbanística do Complexo do Alemão. Programa de Aceleração do Crescimento- PAC, 2011, pág. 14).

A pesquisa realizada em 2003, de que fala o 10º Relatório do IPEA, foi apresentada no *Plano de Desenvolvimento Urbanístico do Complexo do Morro do Alemão*. Como o projeto

de introdução de uma linha de ônibus, nas comunidades do Complexo, não se realizou, uma “solução”, redesenhada à mobilidade urbana, veio, mais tarde, com a “transferência” do modelo de utilização de um teleférico, como meio de transporte, já implementado com sucesso na cidade de Medellín. Esta obra será creditada ao PAC 2, lançado em março de 2010, ainda no governo Lula, porém desenvolvido a partir de 2011.

As obras do *Favela-Bairro*, o *Plano de Desenvolvimento* e, posteriormente, as obras do PAC, são intervenções urbanas, importantes, para a pesquisa sobre o turismo no Complexo do Alemão, já que estão interligadas e culminam na construção do Teleférico do Alemão, que foi apropriado pelo turismo, se tornando um importante atrativo deste território. Por esse motivo, iremos apresentar mais informações, principalmente sobre o Plano de Desenvolvimento e o PAC, utilizando também o material colhido no trabalho de campo.

Em Julho de 2015 tive a oportunidade de entrevistar Jorge Mario Jáuregui, arquiteto argentino radicado no Rio de Janeiro, responsável pelas intervenções urbanas dos programas *Favela-Bairro*, PAC e *Morar Carioca*, (entre outras). Quanto ao *Plano de Desenvolvimento (PDU)*, e seus desdobramentos no PAC, ele observa:

O Favela-Bairro era um planejamento há quatro anos, no máximo oito anos, dois mandatos, e este PDU buscou pensar um tempo mais longo, 20 anos; o que em nosso caso, na América Latina, é uma ambição bem importante pensar o desenvolvimento urbano para um período de governos que vão se suceder no tempo. Deste aqui, deste PDU foi derivado o PAC para o Alemão e o PAC para o Manguinhos porque havia esse projeto de 20 anos e que daí se extraiu do cardápio de diferentes opções que havia para o desenvolvimento nesse período, o governo escolheu aquelas ações que lhe interessavam mais para executar no período de quatro anos, que foram depois oito anos de Lula. (14/07/2015)

Sobre o PAC, ele foi lançado em 28 de janeiro de 2007, pelo governo do então presidente da República, Luís Inácio Lula da Silva. O Programa de Aceleração do Crescimento objetivou, como o nome já diz, acelerar o crescimento econômico do país, sendo dividido em duas fases: PAC 1, (2007 a 2010) e PAC 2, (2011 a 2014). Uma de suas prioridades foi o investimento em infraestrutura, saneamento, habitação, transporte, energia, recursos hídricos e outros. Por todo o país apareceram obras de melhoria em estradas, portos, metrô, construção de hidrelétricas, implantação de coleta e tratamento de esgoto, entre outros.

As ações do PAC, voltadas, preferencialmente, às áreas de vulnerabilidade social, levaram, em consideração, não apenas obras estruturantes, que apresentavam caráter estritamente econômico, mas também empreendimentos, com forte apelo na área social e urbana, como a urbanização de favelas. Na cidade do Rio de Janeiro, com os recursos do PAC, os governos do Estado e da Prefeitura realizaram obras de urbanização em três dos maiores complexos de favelas da cidade: Rocinha, Manguinhos e o Complexo do Alemão. Estas ações ficaram conhecidas como *PAC das Favelas*, e expressavam a decisão do governo federal de colocar a urbanização de favelas, como política nacional.

Uma característica marcante nos projetos para Manguinhos e Complexo do Alemão era o caráter “simbólico” das intervenções, criando obras de grande visibilidade e “qualidade”, como a proposta de elevação da via férrea em Manguinhos, e a construção de um teleférico no Complexo do Alemão (IPEA, 2013 *apud* IPEA, 2011).

Na entrevista com Jorge Mario Jáuregui, ele ressalta:

Quando Lula foi eleito o governo central começou a buscar opções de investimentos especificamente no Rio de Janeiro que era uma área problemática, tanto quanto São Paulo (...). A relação entre o governo do estado e o governo central era muito boa nesse momento, então, o Estado se ofereceu como local para situar ações do poder público nacional no plano local. Então, aí apareceu o PAC, PAC-UAP, PAC-UAP que quer dizer isto, Alemão, UAP é Urbanização de Assentamentos Precários, PAC é Programa de Aceleração do Crescimento, e foi por uma relação política (...). Porque foi escolhido o Alemão e porque foi escolhido Manguinhos? Em princípio porque tinham projetos prévios; então, como já tinha projeto de longo prazo, aí puderam derivar as ações específicas para serem feitas em 4 anos. (14/07/2015)

Muitos dos projetos, previstos pelo *Plano*, não foram realizados. A grande diferença, (de inclusão), foi a construção de um teleférico: o primeiro transporte de massa, por cabo do Brasil, com uma estrutura de 3,5km de extensão, 152 gôndolas, passando por seis estações, num trajeto, desde a primeira estação até a última, de 15 minutos, ficando conhecido como o “Teleférico do Alemão”, inspirado no exemplo – bem sucedido – colombiano. O entorno das estações passou a ser a “nova centralidade”, onde foram, pouco a pouco, instaladas Clínica da Família, Delegacia, Biblioteca-Parque, entre outros serviços públicos para os moradores.

O PAC construiu um espaço comunitário em cada uma das seis estações do teleférico: na estação Bonsucesso, a integração com a Supervia e um posto do Detran; na estação do Adeus, uma sala de leitura e uma agência bancária; na estação Baiana o Posto de orientação Urbanística (POUSO) e outro posto do DETRAN; na estação Alemão um centro de Referência

da Juventude, um posto do INSS e uma agência de Correios; na estação Itararé outro posto do DETRAN e na estação Palmeiras uma Biblioteca-Parque. Mais tarde foi instalada também uma Clínica da Família. Além de espaços comunitários, as obras do PAC incluíram, ainda, construção de unidades habitacionais e obras urbanísticas de infraestrutura⁹³.

A certeza de que a ideia do teleférico, como meio de transporte, havia sido transportada de Medellín para o Rio de Janeiro, especificamente para o Complexo do Alemão, veio na entrevista de Gustavo Bragança, Relações Institucionais da Supervia, e responsável, na época, pela administração do teleférico do Alemão, na entrevista com Jorge Mario Jáuregui.

Gustavo Bragança reafirma a ideia, amplamente divulgada na imprensa:

O governador [do Rio] esteve em Medellín. Em Medellín, hoje, existem lá 4 ou 5 linhas, acho, de teleférico, [até 2016 eram quatro] em Medellín, nós fomos lá. E Medellín é um Vale de 25 Km que corre o metrô de superfície, e lá tem esses morros com os mesmos problemas que tinha aqui, só que com outra língua. Então, o famoso Castelo [Cartel] de Medellín, aquela história das drogas, aquilo tudo lá (...) Então eles, na época, aplicaram um sistema de teleférico pra dar mobilidade e uma forma de entrar nas comunidades e tal; então o governador ficou encantado com esse formato, com esse sistema, e trouxe pra cá; foi isso, a inspiração foi Medellín. (01/07/2015)

Jáuregui ratifica a informação, fornecida por Gustavo, fornecendo mais detalhes, inclusive, sobre o planejamento do seu trajeto, e de como incluiu a comunidade nas decisões relativas à sua construção. Questiono o porquê da não-utilização de outras soluções de mobilidade, que já haviam sido implantadas em outros assentamentos informais, como o Santa Marta, no Rio de Janeiro e a Comuna 13, na cidade de Medellín, Colômbia:

***Jáuregui:** O teleférico não estava previsto neste projeto [PAC2]. O teleférico foi um período específico do governador, que foi a Medellín, na Colômbia, visitou o teleférico lá, se interessou muito e então queria fazer um teleférico no Rio. Aí, buscando lugares onde podia ser o teleférico, o Alemão apareceu como lugar interessante, porque tinha projeto prévio e porque se somava às ações de urbanização que já estavam previstas. Então, o teleférico veio a atender o aspecto de mobilidade da comunidade.*

***LALM:** Mas foi uma sugestão do Sérgio Cabral, a partir da viagem à Medellín?*

⁹³ Ver as informações completas em <http://www.rj.gov.br/web/informacaopublica/exibeconteudo?article-id=1036873>. Acesso em 23 de Janeiro de 2016.

Jáuregui: *É, a ida dele a Medellín, claramente.*

LALM: *Foi com essa intenção de mobilidade?*

Jáuregui: *Sim, de mobilidade e de desencravar essa favela que, quando a gente começou a trabalhar, era o pior que se podia pensar no Rio de Janeiro. Ninguém tinha trabalhado no Alemão, era o bicho-papão, claramente. Quando eu falei para os arquitetos que íamos trabalhar no Alemão, eles falaram: “não, olha, Jorge, o Alemão não”. Houve até resistência interna para trabalhar, tanto era o imaginário negativo que estava associado ao Complexo do Alemão. Por isso que o teleférico foi uma contribuição bem importante para desencravar a área, para desbunquerizar o lugar. O topo do morro era onde estavam os traficantes, digamos, instalados, e o teleférico indo exatamente ao topo do morro, tornou o que era mais inacessível, o mais acessível, e a partir daí, digamos, houve uma expansão positiva da ação do poder público. Depois instalaram as UPP’s nesses topos de morro.*

LALM: *O trajeto do teleférico, vocês o determinaram aqui?*

Jáuregui: *Sim, nós definimos.*

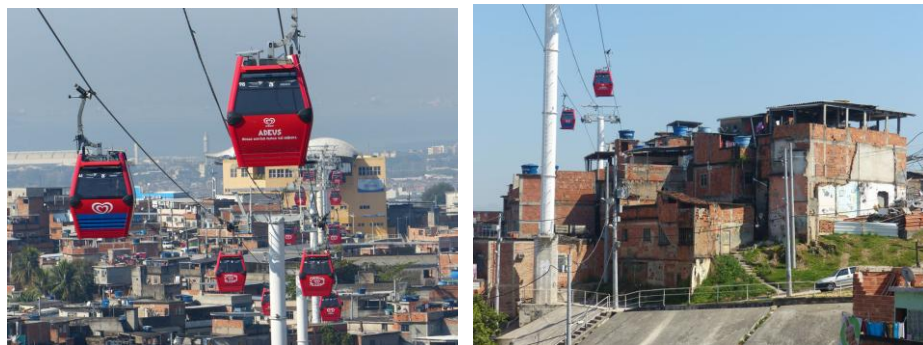
LALM: *O Complexo é muito aberto e aí, como é que a pessoa chega? Por que não privilegiou os outros lugares da comunidade?*

Jáuregui: *Houve um estudo junto com a EMOP, a Empresa de Obras Públicas do Governo do Estado que era quem gerenciava esse projeto, fizemos várias alternativas, chamamos consultores de Medellín da Colômbia para analisar os trajetos, e a gente definiu aqui que era melhor instalar no topo do morros e não na encosta, no meio da encosta, como em Medellín, porque aqui tinha um valor simbólico, tomar posse do topo do morro. O topo do morro é a área mais subdesenvolvida da favela, onde não se chegava, não tinha nem rua, então chegar lá com um transporte público de massa, foi de ordem também importante que mudou a lógica do lugar e os lugares no alto passaram a ser lugares de demanda também, tanto que agora um processo está surgindo comércios, alojamentoshostess, porque há uma demanda turística tanto no Alemão quanto na Rocinha ou Vidigal, e as favelas da zona sul. O Alemão é um caso especial, não é favela da zona sul, mas se transformou num local de muita visitação, não só estrangeiros, mas turismo nacional mesmo, gente do Brasil que quer conhecer como é a vida numa favela.*

Nessa estratégia política de “civilizar os moradores” (LEITE, 2012) e de “desencravar a área” arguíram-se então as soluções técnicas adotadas. Retomo a entrevista:

LALM: *Por que não se pensou um Plano Inclinado, como existe no Santa Marta, ou, até mesmo, uma escadaria elétrica⁹⁴, como há em Medellín?*

Jáuregui: *Plano Inclinado eu jamais recomendaria, nem faria um projeto de Plano Inclinado, porque há uma marca muito violenta no terreno que divide, é como uma barricada. É uma marca no território feia, forte, um corte, uma fenda, uma barreira física que se instala no lugar; além do mais, o Plano Inclinado nunca pode transportar a quantidade de gente que transporta o teleférico. O Plano Inclinado é para pequenas quantidades de pessoas, condições muito especiais, digamos, como no Dona Marta que está no limite do terreno; então, ele é quase como que um muro divisa entre a favela e um lote privado. Mas se você coloca um Plano Inclinado no meio de uma favela parte, a coisa divide, no lugar de juntar, divide. Escadas rolantes são coisas difíceis. Em Medellín foram feitas, mas implica uma garantia de manutenção que a gente nunca tem, tanto que aqui abandonaram o teleférico do Alemão, nem o teleférico é bem cuidado. (...) O percurso do teleférico do Alemão tem 3 quilômetros e meio, com escada só pode uma distância reduzida. Então, a escada é para pontos, mas não para superfícies inteiras.*



Figs: 46 e 47. Imagens das gôndolas do teleférico, quando ainda eram pintadas de vermelho e patrocinadas pela empresa de sorvetes Kibon. Fonte: Fotos do autor, 2013 e 2014.

⁹⁴ As *escaleras electricas* (escadas rolantes que ligam o asfalto ao morro) foi outra inovação enquanto equipamento urbano, adotada pela cidade de Medellín para promover a mobilidade em assentamentos informais. Neste caso, a *escalera* foi instalada na Comuna 13.



Figs: 48 e 49. Imagens das gôndolas do teleférico, tendo a favela como fundo. Na segunda fotografia, em 2014, quando algumas gôndolas foram envelopadas no patriótico verde e amarelo por cauda da realização da Copa do Mundo no Rio de Janeiro. Fonte: Fotos do autor, 2013 e 2014.

Os marcadores de espaço feitos por obras públicas tendem a ser apropriados como fronteiras internas materiais e simbólicas de lugar e de controle. No argumento técnico apresentado, porém, parece existir uma atenção predominantemente estética –“feia e forte”, um interesse maior pelo efeito que pelo uso social. Contaram também as chamadas “relações custo-benefício”.

***LALM:** Pensou-se, na época do teleférico, em escada elétrica ou em Plano Inclinado ou se foi direto para o teleférico?*

***Jáuregui:** Não, não, foram pensados, foram pensados na relação custo x benefício, a conveniência de um sistema outro, foram feitas várias análises econômicas e de viabilidade, tempo e economia. (...) Por isso que, também, o teleférico não é uma solução generalizada para qualquer lugar; depende. Eu tenho dúvidas se ele é aconselhável para a Rocinha, tenho dúvidas, não conheço o lugar.*

Nesses diagnósticos, afirma-se uma retórica da “participação da população”.

***LALM:** Então, quando você foi executar essas obras do PAC no Complexo do Alemão, como foi a sua investigação quanto à aceitação da população? Houve um estudo disto, como é que foi?*

***Jáuregui:** (...) A questão da participação da população é uma questão fundamental, que não é uma questão técnica, não é só uma questão de contratar um plano de trabalho social, implantar um tipo de levantamento no lugar para quantificar e para identificar o desejo da população.(...) São 80.000 pessoas no Alemão e 50.000 em Mangueiras, então a metodologia é diferente. Quando eu fui contratado pra fazer este plano, este plano tinha o prazo de 9 meses para apresentação dos documentos, eu fui e conheci cada uma das comunidades e fiz reuniões com cada uma das Associações de Moradores. Depois tinha uma Federação das Associações dos*

Moradores do Complexo do Alemão e também nos reunimos com a Federação. (...) Fazíamos uma assembleia e aí foram levantados os programas, as demandas, os anseios da população. Então, isso é uma coisa que eu aprendi na militância política, na Argentina, antes de vir para cá (...) eu era militante político técnico, lá. Quando vim pra cá eu passei a ser militante técnico político, o político passou ao 2º lugar pra mim, aqui. Mas, a metodologia era a mesma: chegar ao lugar e construir a confiabilidade com a população, e a partir daí escutar a demanda, ou seja, não significa anotar para fazer o que é preciso, senão anotar para interpretar essa demanda e ver e ajudar os moradores a descobrir o que tinham direito a desejar e não sabiam, antes da relação com os arquitetos. Então, com os arquitetos vêm os engenheiros, porque primeiro eu vou caminhar sozinho depois vou com a minha equipe do escritório e depois vou com os engenheiros, são momentos diferentes de aprofundamento do conhecimento.

É interessante como o técnico indica os níveis diferentes de intervenção, os quais, de fato, se implicam em tempos e em lógicas de aproximação diversas, flexibilizando a ideia de “participação”. Participação, como em geral acontece nas políticas públicas para favelas, liga-se aqui mais a consultas seletivas do que a possibilidades de negociação sobre os recursos e de poder decisório.⁹⁵

(...) A participação da população tem 4 momentos, para mim, fundamentais: primeiro a chegada no lugar e a construção da confiabilidade mútua, isso leva um mês, 2 meses, 3 meses, até entender a lógica de um lugar; depois quando entendi isso eu formulo a minha proposta para o poder público e sou contratado; quando eu sou contratado pelo poder público eu volto ao lugar e escolho 4 ou 5 pessoas que vão ser meus assessores, da comunidade, que vão me contar tudo que eu preciso saber para fazer o projeto e que eu não vejo quando eu caminho pelo lugar, a história de como foi feita uma instalação de drenagem, como foi feito o sistema de esgotamento sanitário, onde estão as áreas mais carentes e as áreas mais vulneráveis da comunidade, quais são os pontos de congregação e de reunião principais onde as pessoas desenvolvem suas vidas comunitárias, ou seja, tudo que precisa ser sabido para entender como esse lugar é e, a partir você pode propor como injeta, como incorpora centralidades e reforça as centralidades que já existem; isso para mim é a função pública de um projeto. (...) No Alemão, por exemplo, em dois anos participaram 2000 operários, ou seja, eram 1000 homens e 1000 mulheres trabalhando, contratados na comunidade para fazer as obras, depois tinha gente de fora também. (...) Outro momento da participação é quando terminam as obras e se instala o Posto de Orientação Urbanístico e Social que vai

⁹⁵ Estas são ideias discutidas na dissertação de Lygia Segala *O riscado do balão japonês. Trabalho comunitário na Rocinha (1977-1982)*, de 1991.

permanecer em cada favela urbanizada e onde vai ter representante do poder público e representante da comunidade para gerenciar conflitos por sobras.

Para a compreensão política da participação é preciso distinguir os modos de participação, acima apresentados: a participação consultiva ampliada e voluntária, a assessoria e o trabalho remunerado na obra, com carteira assinada. As diferenças entre esses vínculos é hierarquizada e setORIZADA, afeitas a direções diversas e, no mais das vezes, instrumentalizadas em etapas transitórias do cronograma oficial.⁹⁶ Essa plasticidade no sentido /ação da participação, no mais das vezes, gera concorrências e conflitos internos, como aconteceu no Alemão , com ONGs locais, como o Instituto Raízes em Movimento.

***LALM:** Tentando fazer um paralelo com Medellín, pelo que eu já li quando eles fizeram algumas intervenções por lá, participaram geógrafos, comunicadores sociais, sociólogos, pra saberem do que a população gostaria. No Complexo do Alemão houve o envolvimento de todas essas áreas ou ficou restrito mais à engenharia e à arquitetura?*

***Jáuregui:** Esse envolvimento de outras disciplinas foi na etapa de elaboração do Plano de Desenvolvimento Urbanístico, quando daqui se derivou uma proposta para urbanizar o Complexo do Alemão (...)sim, houve levantamento, houve estudo socioeconômico, (...) foram feitos antes, antes do PAC; o PAC já veio, tomou o que estava elaborado pela prefeitura e a partir daí formulou o projeto técnico, e bem cotado, bem definido. (01/07/2015)*

Mesmo com as explicações e justificativas de Jáuregui, a construção do teleférico do Alemão foi polêmica. Houve remoções, realocação de famílias, por conta das áreas aonde iriam ser construídas as estações. Questionou-se muito a efetiva contribuição para mobilidade dos moradores. Diferentemente de Medellín, aonde foram construídas a nível do solo, e tendo a Comuna 1 outra configuração espacial, as estações do Alemão se encontram no alto de morros e privilegiam, apenas, uma parte do extenso Complexo de configuração espacial radial.⁹⁷

⁹⁶ Lygia Segala, 1991.

⁹⁷ Para informações mais detalhadas sobre a implantação do teleférico do Alemão e sua utilização como meio de transporte, ver a dissertação de mestrado de Lídia Borgo Duarte dos Santos: *Impactos da implantação do teleférico como sistema de transporte nas favelas: o caso do Complexo do Alemão*, 2014.

O Teleférico do Alemão teve um custo estimado em R\$210 milhões, sendo R\$74,6 milhões vindos da União. Foi construído pela Secretaria Estadual de Obras, com tecnologia francesa, pela empresa *Poma*⁹⁸, e com mão-de-obra brasileira.

Nas palavras de Jáuregui:

Jáuregui: A Poma é francesa, fui eu que fiz o contato quando o governador quis instalar o sistema, eu escrevi para a Poma e para a AustríacaTiersen. Os austríacos não responderam, os que responderam foram os franceses, e como só tem eles dois como transporte de massa, então... e os franceses se mostraram muito solícitos, vieram aqui, andaram com a gente o lugar, eles já tinham a experiência de Medellín, nunca tinha havido um transporte teleférico de massa no mundo antes de Medellín, então eles sabiam os pros e os contras das soluções, e finalmente foram os que ganharam a licitação. (01/07/2015)

Depois da construção do teleférico do Alemão, a Prefeitura, como parte do projeto de revitalização do porto da cidade do Rio de Janeiro (Projeto Porto Maravilha), construiu outro teleférico, ligando a estação de trens urbanos Central do Brasil e o bairro da Gamboa, passando pelo Morro da Providência, (considerada a 1ª favela da cidade), onde foi pensado um Museu Comunitário, a céu aberto, e atividades de visitação turística. O “Teleférico da Providência”, como ficou conhecido, foi inaugurado em 2 de julho de 2014, quase 3 anos depois do Teleférico do Alemão, e tem um trajeto curto, de apenas três estações: *Central do Brasil, Américo Brum* e *Gamboa*. Foi construído com tecnologia da empresa austríaca Doppelmayr e, por isso, o desenho das suas gôndolas é diferente das do Alemão e semelhante ao teleférico de Caracas, Venezuela. Na estação *Gamboa* foi construída uma Clínica da Família, uma Casa Rio Digital e uma Academia para a Terceira Idade. A estação é localizada perto do Cemitério da *Gamboa* e da Cidade do Samba.

⁹⁸ A *Poma* é um grupo empresarial com 80 anos de existência, líder em transporte por cabo, com subsidiárias nos quatro continentes. Até 2016, a empresa havia construído mais de 8.000 instalações em mais de 80 países. Suas atividades e tecnologia de transporte, estão presentes em estações de esqui de neve, em transporte urbano de pessoas, em locais turísticos, em parques de entretenimento e em empresas ligadas à ciência. Foi a mesma empresa que construiu as quatro linhas de teleférico de Medellín e também em Hong Kong e Singapura. Ver www.poma.net. Acesso em 28 de Outubro de 2016



Figs. 50 e 51: Imagens do Teleférico da Providência com uma das estações ao fundo na Figura 38. Fonte: Fotos do Autor, 2015. **Fig. 52:** Imagem do teleférico de Caracas, Venezuela. Nota para a semelhança no formato da estação. Fonte: *laguiadecaracas.net*. Acesso em 30 de outubro de 2016.

O Teleférico da Providência é o único que se manteve funcionando, ao menos até o fim de 2016⁹⁹. As iniciativas de promoção do turismo, no Morro e o Museu Comunitário, não tiveram sucesso, porém¹⁰⁰. Desde a sua inauguração, demorou a funcionar e nunca cobrou ingresso.



Figs. 53 e 54. Apresentação da obra do teleférico (PAC 2) pelo Ministério do Planejamento. Nas figuras aparece a indicação das estações e informações sobre os três teleféricos utilizados como meio de transporte na América Latina: Colômbia, Venezuela e Brasil. Fonte: <http://www.pac.gov.br/i/062d2047>. Acesso em 30 de outubro de 2016.

⁹⁹ Para um estudo acadêmico sobre o teleférico da Providência e o programa Morar Carioca, ver a dissertação de mestrado de Vânia Regina Amorim da Silva: *Mobilidade urbana e integração: o caso do programa Morar Carioca no Complexo da Providência*, 2014.

¹⁰⁰ Para um estudo sobre o Museu Comunitário e o Turismo na Providência, ver a dissertação de mestrado em Sociologia de Paloma Valle Menezes: *Interseções entre novos sentidos de patrimônio, turismo e políticas públicas: um estudo de caso sobre o Museu a céu aberto do Morro da Providência*, 2008.



Figs. 55 e 56. Apresentação da obra do teleférico (PAC 2) pelo Ministério do Planejamento. Nas figuras, informações sobre o número de pessoas que utilizava o teleférico na época da sua inauguração e o custo da passagem. Fonte: <http://www.pac.gov.br/i/062d2047>. Acesso em 30 de outubro de 2016.



Figs. 57 e 58. Apresentação da obra do teleférico (PAC 2) pelo Ministério do Planejamento. Nas figuras, informações sobre o número de empregos gerados com a obra, enfatizando a empregabilidade dada aos moradores das comunidades do Complexo. Fonte: <http://www.pac.gov.br/i/062d2047>. Acesso em 30 de outubro de 2016.

Se a construção do teleférico se propôs a ser uma solução urbana, para o grave problema de mobilidade dos moradores do Complexo, (já evidente desde o *Plano de Desenvolvimento*), a partir da inauguração em 2011, sua utilização passou a ter um outro público: os visitantes-turistas. Com o tempo e por causa de variados fatores (como a propagação da imagem do teleférico pela telenovela *Salve Jorge*, de Gloria Perez, e a sensação de segurança, transmitida pela instalação de UPPs no território), a visita turística ao teleférico superou a de um dos símbolos do turismo da cidade do Rio de Janeiro: o “bondinho” do Pão de Açúcar. Se nos planos oficiais de planejamento urbano do Complexo o teleférico não apresentava intenção turística, quando pensamos que as políticas públicas da

cidade do Rio de Janeiro não deixam o turismo de fora – reforçando sempre essa “vocaçãõ” – certamente a atividade turística foi cogitada, em algum momento. Tanto pelo Estado quanto pelos moradores, como foi o caso do Cléber de Araújo, que vê neste sistema de mobilidade, uma possibilidade para o desenvolvimento do turismo local ¹⁰¹.

Em 19 de maio de 2013, quase dois anos depois da inauguração do teleférico, o jornal, O Globo, apresentou uma reportagem dizendo que o Teleférico do Alemão havia batido, em número de visitantes, ícones do turismo da cidade, como o Pão de Açúcar. Na reportagem, a jornalista Ludmilla de Lima forneceu dados estatísticos impressionantes, afirmando que, nos fins de semana, um passeio no Complexo atraía cerca de sete mil visitantes ¹⁰².

Apesar de o PAC ter sido uma política de urbanização do governo Lula, foi a presidenta Dilma Rousseff quem inaugurou o teleférico, junto com o governador do Estado, Sérgio Cabral, o vice-governador Luiz Fernando Pezão e o então prefeito, Eduardo Paes ¹⁰³. Lula só participou do período de testes.

Para Dilma, “o teleférico será visto, por todos, com olhos da boa inveja”, explicando que a obra, além de necessária, era bonita e mostrava respeito aos moradores. Na ocasião, ela recebeu uma carta de uma moradora do Complexo, Rosinete Nascimento da Silva, que tinha dois filhos, e agradecia a obra do teleférico, pois estava prestes a sair do Complexo, e, por causa da obra, não precisaria mais se mudar. Foi inaugurado um posto do INSS para atender à comunidade e a “1ª agência de Correios, em Comunidade Pacificada” com o lançamento de um selo personalizado e um carimbo comemorativo, mostrando uma gôndola do teleférico. A reportagem do G1 (Portal de Notícias da Globo) de 07/07/2011, sobre a inauguração do teleférico diz que, na época, já havia sido criado “um pacote especial de 12 bilhetes unitários à R\$10,00” para turistas”, e relata a satisfação dos moradores com o novo meio de transporte.

Numa reportagem da edição *online* do jornal *Último Segundo*, Dilma diz, no dia da inauguração, que “o teleférico do Alemão é um símbolo do PAC, no que tem de mais importante.” ¹⁰⁴ Diz também que tinha um “imenso orgulho” de ter participado do que chamou de “resgate dos brasileiros que vivem no Alemão.”

¹⁰¹ Ver Capítulo 03, quando trato das agências locais do Alemão.

¹⁰² <http://oglobo.globo.com/rio/teleférico-do-alemao-bate-ícones-do-rio-em-numero-de-visitantes-8433461>. Acesso em Maio de 2013.

¹⁰³ Uma reportagem sobre a inauguração do teleférico pela presidenta Dilma Rousseff com o discurso feito por ela na ocasião, pode ser vista em <https://www.youtube.com/watch?v=FmN7705s820>.

¹⁰⁴ <http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/ausente-lula-e-a-maior-estrela-na-inauguracao-do-teleférico-do-alemao/n1597068485485.html>. Acesso em 28 de Outubro de 2016.



Figs. 59 e 60. Dilma, Cabral e Paes dentro de uma gôndola do teleférico no dia da inauguração e Dilma saindo de uma das gôndolas. **Fig. 61.** Selo e carimbo comemorativo da inauguração da “1ª agência de Correios em Comunidade Pacificada”. Fontes: Roberto Stuckert Filho/PR e Jadson Marques/Agência Globo.

Reforçando a ideia de que o turismo estava, de alguma forma, envolvido na construção do teleférico, na ocasião da sua inauguração já se vendia um “pacote especial” de bilhetes para turistas, e a própria presidenta Dilma, na ocasião, disse que o teleférico tinha potencial também para o turismo. Para Jorge Mario Jáuregui, a intenção principal não era a turística:

***Jáuregui:** Não, não, nunca foi pensado pelo turismo, sempre para a população local, o turismo apareceu depois como uma consequência, digamos. Hoje, li no jornal que antes deste problema, agora, militar da reocupação, era o lugar mais visitado que o Cristo; por quê? Porque é barato, porque permite ver uma favela in loco em planta, você entra no meio da comunidade com esse transporte, é seguro, é eficiente. (...) A sensação da população que usava o teleférico era impressionantemente positiva, nunca tinham sido tratados tão bem como cidadãos normais, moradores da favela, aonde se entrava na estação quando se abriam as portas aparecia uma pessoa que perguntava como estavam, informava aonde iam; tratamento de primeiro nível, de altíssimo nível. Então, isso foi uma ação muito importante para a recuperação da autoestima dos moradores do Complexo porque foram tratados como gente, e gente em igualdade de condições ao resto da cidadania carioca, o que nunca tinha acontecido. (01/07/2015)*

São indicados assim, na intervenção, os valores básicos de princípios do urbanismo social (recuperação da autoestima, tratamento cidadão, etc)¹⁰⁵, estimulantes para a ação turística. O Rio de Janeiro desenvolveu, ao longo de sua história, uma “vocalização turística” inegável. No entanto, e por causa disso, muitas das infraestruturas urbanas, construídas na cidade, em especial na zona Sul, Centro e parte da zona Oeste, (estes dois últimos a partir do momento em que a cidade se tornou sede dos megaeventos, Copa do Mundo 2014 e Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio-2016), não escondem que o objetivo era o de atender ao visitante-turista mais do que ao morador da cidade, e de fazer replicar o epíteto de “Cidade

¹⁰⁵ Ver a propósito capítulo 4, pág. 229.

Maravilhosa.” Um dos exemplos mais recentes que considero, é a construção do VLT (Veículo Leve sobre Trilhos) privilegiando uma mobilidade em espaços, que não eram tão problemáticos assim. A primeira linha do VLT ligava o Aeroporto Santos Dumont à Rodoviária Novo Rio. Que benefício o trabalhador carioca teve com a construção dessa linha? Certamente, teve-o, o turista, que também pode apreciar, durante esta viagem, a “linda cidade do Rio de Janeiro com seu centro revitalizado”.

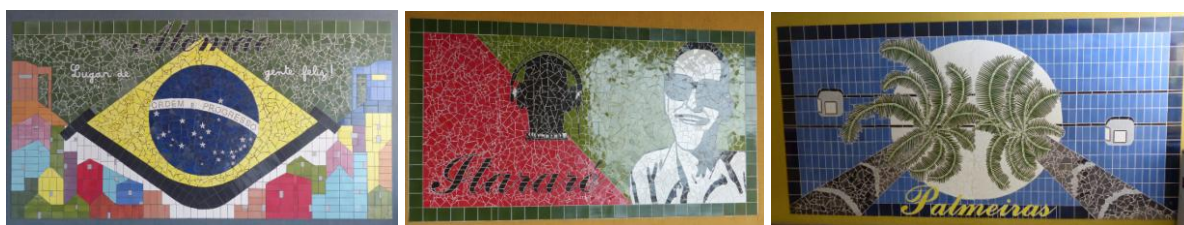
O antigo presidente da Embratur, Caio Luiz de Carvalho, costumava dizer que “a cidade só é boa para o turista, se for boa para o cidadão” e não o inverso. Acredito que, no caso do teleférico do Alemão, a intenção primeira foi atender à população local. Por causa desta “vocação turística”, que a cidade apresenta, – e, também, graças ao “Turismo em Favela” já estar bem desenvolvido em outras favelas da cidade – a atividade turística se apropriou do teleférico. Não sem incentivo. Assim como o fizeram também alguns moradores, que viram nesta obra, que deu tanta visibilidade e atraiu tantos visitantes, uma oportunidade de mercado; do turismo como mercado. Nas minhas entrevistas com turistas no alto das Palmeiras, o teleférico apareceu como a principal motivação de visita ao Complexo.

Existem opiniões divergentes, entre os estudiosos, das teorias do turismo, sobre o termo “vocação turística”, que é usada, inclusive, no planejamento turístico de uma localidade. Enquanto alguns acreditam que determinada localidade tenha vocação para o turismo, devido a peculiaridades na sua história, espaço ou atrativos, outros acham que esta vocação é – ou pode ser – construída através de a es de planejamento. O fato é que, para a cidade do Rio de Janeiro, a “vocação turística”, que ela apresenta   citada até mesmo pelos governantes. Numa entrevista coletiva logo após a posse do novo e atual prefeito da cidade (em 1  de janeiro de 2017), Marcelo Crivella, uma de suas falas foi a seguinte: “O turismo é a vocação da nossa cidade. As pessoas do Rio de Janeiro são muito bonitas e a natureza, exuberante.”¹⁰⁶

¹⁰⁶ Na reportagem: *Crivella diz estudar criação de taxa para turistas e “adequação” de impostos*. Disponível em <http://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2017/01/01/crivella-diz-estudar-criacao-taxa-para-turistas-e-adequacao-de-impostos.htm>. Acesso em 01 de Janeiro de 2017.



Figs. 62, 63 e 64. Mosaicos que enfeitam cada estação do Teleférico do Alemão, executados pelo artista Valmir Vale (morador de Vigário Geral mas que tem uma ONG no bairro de Ramos): *Bonsucesso*, *Adeus* e *Baiana*. Em cada desenho, representações que fazem parte da história do Complexo. Fontes: Fotos do autor, 2014 a 2016.



Figs. 65, 66 e 67. Mosaicos que enfeitam cada estação do Teleférico do Alemão, executados pelo artista Valmir Vale (morador de Vigário Geral mas com uma ONG no bairro de Ramos): *Alemão*, *Itararé* e *Palmeiras*. Em cada desenho, representações que fazem parte da história do Complexo. Fontes: Fotos do autor, 2014 a 2016.

Na época da entrevista com Jorge Mario Jáuregui, a Supervia já estava deixando a administração do teleférico. Uma nova empresa seria escolhida, através de uma licitação, que acabou chegando a nenhum resultado.

Eu acho lamentável que o poder público construa coisas e as abandonem; mesmo o Favela-Bairro, se você vai hoje às comunidades onde foi feito o projeto Favela-Bairro, está tudo destruído, porque o poder público em nossos países da América Latina não está acostumado a manter o que faz; faz, inaugura e abandona, claramente. (...) Tudo isso é largado de repente e sem transição, e isso gera muitos conflitos. (...) Então, não há uma cultura, ainda, de fazer e manter, que é o que diferencia, por exemplo, a Europa da gente. Na Europa um arquiteto francês me falava: “Jorge, se o poder público faz e não mantém, em 5 anos está tudo destruído”. Então, isso lá, e aqui é exatamente a mesma coisa. Então, não há, ainda, uma cultura, de um lado, demanda da população para que o poder público mantenha o que faz e o poder público mesmo que não mantém o que faz, mudam as autoridades e aí esquecem o que o outro fez. (14/07/2015)

Essas discontinuidades, nas políticas públicas e nos interesses urbanos e políticos dos poderes do Estado, criam temporalidades específicas nos bairros e favelas, pautadas pelo desgaste e desvalia dos equipamentos urbanos, dos bens de consumo coletivo e dos serviços a eles vinculados, como o turismo.

A manutenção, e a operação do Teleférico do Alemão, só ganhou nova administração em 07 de março de 2016, quando o Governo do Estado do Rio de Janeiro contratou, por 36 meses, o *Consórcio Rio Teleféricos* formado pelas empresas *Hanover Administradora de Bens Próprios Ltda* e *Providência Teleféricos Ltda*.

O sistema de ônibus, previsto pelo *Plano de Desenvolvimento Urbanístico do Complexo do Morro do Alemão*, que alimentaria as comunidades do Complexo e que estaria integrado ao sistema Metrô Rio, foi esquecido, (ou substituído), em favor do teleférico, que ficou integrado, apenas, às linhas de trem, administradas pela Supervia. É a Supervia também quem irá administrar o teleférico, desde sua inauguração, em 07 de julho de 2011, até junho de 2015. Após essa data, e enquanto não se tinha o nome do novo administrador, que deveria surgir a partir de uma licitação, as estações e as gôndolas do teleférico ficaram abandonadas. A maior parte dos funcionários sumiu, não havia mais bilheteiros para a compra dos cartões de ingresso, as catracas foram abertas a quem quisesse entrar, (catraca livre), e os equipamentos começaram a apresentar sinais de degradação.

Traçando alguns paralelos com a cidade de Medellín, considero importante colocar a questão da integração dos transportes urbanos nas duas cidades. A cidade de Medellín, como será visto no Capítulo 4, obteve enorme êxito nas suas ações de integração entre transportes urbanos, ganhando até mesmo um prêmio da Escola de Design de Harvard em 2013. Através de um cartão (*Tarjeta Cívica*), por exemplo, é possível, pagando uma só passagem, utilizar metrô, *metrocable* (teleférico), *Metroplus* (ônibus), uma rede de bicicletas chamada *EnCicla* e o *Tranvía*¹⁰⁷, recentemente inaugurado. Já na cidade do Rio de Janeiro, mesmo depois da implantação do “Bilhete Único”, que funcionaria como a *Tarjeta Cívica* de Medellín, não houve acordo entre o sistema Metrô Rio e os outros modais, fazendo com que fosse necessário pagar duas passagens diferentes para utilizar ônibus e metrô, por exemplo. O sistema de teleférico do Alemão, desde sua construção, também não apresentou satisfatória integração. Àquele, que não fosse morador do Complexo e cadastrado na Supervia, seria necessário, mesmo usando o Bilhete Único no sistema de trens da Supervia, pagar mais R\$1,00 (inicialmente) ou R\$5,00, (tarifa que passou a ser cobrada após 26/04/2013), para tomar o teleférico. Para completar, com a crise econômica e o decreto de calamidade pública, em junho de 2016, que levaram a um colapso na saúde, na segurança, na educação e na mobilidade, no Estado do Rio de Janeiro, a permanência do Bilhete Único passou a ser ameaçada. Em defesa ao sucesso do sistema de integração dos transportes urbanos, em

¹⁰⁷ Meio de transporte que funciona como um “bonde” moderno, igual ao VLT da cidade do Rio de Janeiro.

Medellín, está o fato de que todos os modais pertencem a uma única empresa: o Sistema Metro.

As obras do PAC são mais “espetacularizadas” que as do programa Favela-Bairro. O caráter simbólico e monumental do Teleférico do Alemão é similar, por exemplo, à passarela da Rocinha, que possui um arco, semelhante ao da Praça da Apoteose, e que foi projetado pelo arquiteto Oscar Niemeyer. Assim, tanto as obras do PAC, quanto o programa das UPPs, podem ser vistos como um “capital eleitoral.”¹⁰⁸

O contraponto da experiência de Medellín, como veremos no capítulo 4, é revelador dessa necessidade de produções urbanas emblemáticas, símbolos de passagem entre o “tempo do crime e das armas” e o “tempo da pacificação” e da vitória do Estado, em assentamentos informais.

2.5 Salve Jorge! O Alemão vestido com as roupas e a armas de Jorge.

O grande apoio midiático, às iniciativas do PAC e da UPP no Alemão foi, como já afirmei, fundamental para a credibilidade das “novas” políticas e para a motivação turística. A *retomada* do Alemão e a “pacificação” do complexo de favelas da zona Norte, considerado o “lugar mais violento do Rio de Janeiro”, não foi somente comemorado pelos telejornais, documentários, quadrinhos, internet e *games*, inspirou, também, a trama de uma telenovela transmitida, entre 2012 e 2013, no horário “nobre” da Rede Globo de Televisão. De autoria da escritora Gloria Perez, *Salve Jorge* foi a primeira telenovela a ter, como personagem principal, uma moradora de favela. Tocada pela *retomada* do Complexo do Alemão, explica a autora, buscou afirmar a questão dos direitos e da cidadania ativa dos moradores do lugar. Valoriza, por conseguinte, o território e a sociabilidade local, incentivando, pela trama televisiva, um novo imaginário sobre o Complexo: o turismo no lugar.

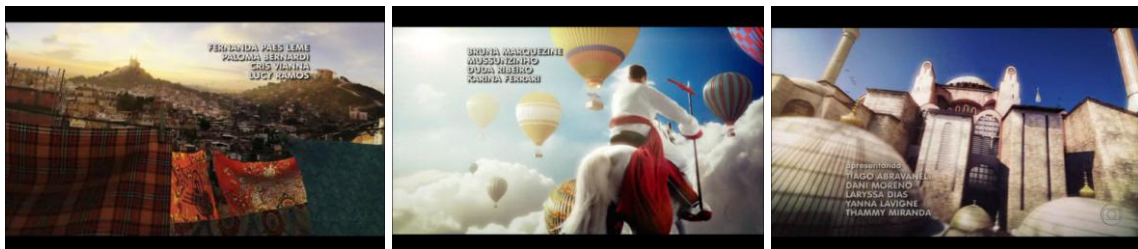
Em 2016, consegui entrevistar a autora da novela. Revela que :

a ideia de escrever Salve Jorge nasceu da impressão que me causou a retomada do Complexo do Alemão. Era o resgate – naquele momento parecia que era - da cidadania de brasileiros que viviam completamente à margem das leis que regiam o país, excluídos de todos os direitos de cidadania. Estive lá e vi o entusiasmo dos

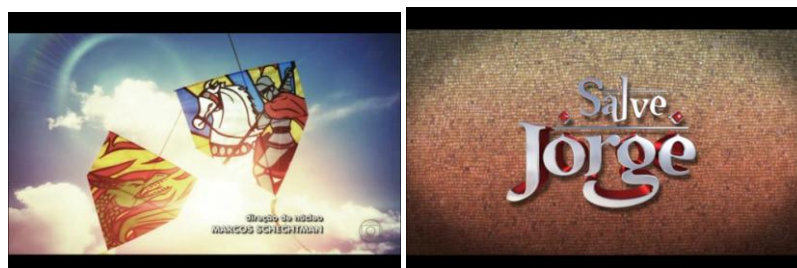
¹⁰⁸ Em 01 de fevereiro de 2016, o relatório de fiscalização da Controladoria Geral da União apontou que as obras de urbanização do complexo de favelas do Alemão foram superfaturadas em R\$ 139, 5 milhões. <http://brasil.estadao.com.br/blogs/estadao-rio/pac-foi-superfaturado-em-r-1395-milhoes-no-alemao-diz-cgu/>. Acesso em 23 de janeiro de 2017.

moradores com a perspectiva de serem finalmente incluídos na cidade. Até então, nos só conhecíamos aquele território através das páginas policiais. E só a polícia ousava entrar lá. Convivi com a emoção desses moradores, com a autoestima que se manifestava neles, quando podiam mostrar para todos nós que o Complexo do Alemão não era só o espaço do crime e do medo: era também o espaço de muitos talentos, que até então não conseguíamos enxergar. Salve Jorge foi a minha maneira de comemorar, com eles, essa visibilidade nova. (16/06/2016).

Ainda que o mote principal da novela tenha sido o tráfico internacional de mulheres com fins de prostituição, e a Turquia tenha sido tomada como cenário para a denúncia e apresentação do problema social, as histórias principais da novela são costuradas através de personagens-moradores do Complexo do Alemão. A própria abertura da novela, alterna imagens de lugares na Turquia com as de uma favela. O título da novela, *Salve Jorge*, nos remete ao santo padroeiro mais cultuado, pelos moradores do subúrbio carioca (São Jorge), zona Norte do Rio de Janeiro, cuja história é ligada à região da Capadócia, na Turquia.¹⁰⁹



Figs. 68, 69 e 70. Cenas da abertura da novela *Salve Jorge*. A igreja da Penha e uma estação do teleférico do Alemão, “São Jorge” no seu cavalo branco correndo no meio de balões turcos e a igreja de Santa Sofia de Istanbul . Fonte: abertura da novela *Salve Jorge*.



Figs. 71 e 72. Cenas da abertura da novela *Salve Jorge*. Pipas, objeto de lazer das crianças das favelas cariocas com o desenho de São Jorge e o dragão e a logomarca da novela. Fonte: abertura da novela *Salve Jorge*.

¹⁰⁹ De acordo com a lenda, Jorge era um soldado romano que teria nascido na antiga Capadócia, região central da Anatólia, que atualmente faz parte da República da Turquia. É representado montado em um cavalo branco, vestindo uma armadura, montado em um cavalo branco e matando um dragão. Na cidade do Rio de Janeiro existem duas igrejas principais dedicadas ao seu culto: a de São Gonçalo Garcia e São Jorge na esquina da rua da Alfândega com a Praça da República e a Igreja Matriz de São Jorge no bairro do Quintino.

Como, em quase toda novela brasileira, existe um par romântico protagonista, que terá que enfrentar, ao longo de toda a trama, vários desencontros, até chegarem ao “final feliz”, mostrado nos últimos capítulos. Em *Salve Jorge*, não é diferente. Aqui o par romântico protagonista, é representado por Morena Santos Ribeiro, (atriz Nanda Costa), moradora do Complexo do Alemão e Théo Garcia, (ator Rodrigo Lombardi), morador da zona Norte da cidade do Rio de Janeiro e capitão da cavalaria do exército que participou da *retomada* do Alemão. A história terá lugar nos primeiros anos da *retomada*, quando o exército ocupava as favelas do Complexo¹¹⁰.

A novela se inicia mostrando a personagem Morena sendo leiloada a um grupo de turcos; (ela será traficada na metade da trama). Logo depois, um *flashback* de “oito meses antes”, mostra cenas cotidianas no Complexo do Alemão, uma estação de teleférico, um trem da Supervia e a personagem Morena descendo de um ônibus, com o filho. De fundo, a música “Tristeza” de Beth Carvalho e Martinho da Vila, cantada por Diogo Nogueira.

Começa, então, um tiroteio: aparecem ônibus queimando, policiais e bandidos em perseguição, com armas na mão, helicópteros da polícia, comerciantes fechando as portas. Busca-se retratar aqui, momentos que antecederam o dia da *retomada* do Alemão. Morena foge para casa de sua mãe, Lucimar, (interpretada pela atriz Dira Paes), que lamenta: “antigamente esse lugar era um paraíso”.

Nos momentos que antecedem a *retomada*, aparece uma família de personagens, moradores do Complexo, saindo do lugar e indo se abrigar na casa de parentes. Théo é devoto de São Jorge e participa das ações de *retomada* do Alemão, o que acontece logo depois. Neste momento, cenas fictícias da novela são intercaladas com reportagens “reais” da Rede Globo de Televisão sobre a ocupação, incluindo a famosa fuga dos “bandidos”, pela estrada que liga, a Vila Cruzeiro, às favelas do Alemão (ver figuras 32 e 33).

Na novela, comerciantes do Complexo e um núcleo de personagens moradores da zona Sul acompanham a *retomada* pela TV, enquanto um outro grupo de personagens, pelas redes sociais. Com a vitória, uma voz em *off* diz “Vencemos! Trouxemos a liberdade para a população do Alemão!”. Aparecem então imagens “reais” de moradores acenando das janelas do Complexo, estendendo panos brancos, a imagem do Cristo Redentor e de policiais, soltando fumaça verde do alto dos morros. Nas imagens da ficção, um helicóptero carrega a bandeira da cidade do Rio de Janeiro e o personagem Théo finca a bandeira do Brasil no alto

¹¹⁰ Um vídeo produzido pelo Voz das Comunidades sobre uma visita de parte do elenco da novela a uma exposição no Alemão, pode ser visto em <https://www.youtube.com/watch?v=8vIL2nwmS6M>. Acesso em 22 de Janeiro de 2017.

de uma das estações do teleférico, (uma “licença poética” que a novela se permite, já que o teleférico só será inaugurado, oito meses depois). Neste momento, a voz de um repórter da TV Globo, tirada de uma das reportagens feitas na época da ocupação, diz: “o conjunto de favelas do Alemão não pertence mais aos bandidos. As bandeiras do Rio e do Brasil foram hasteadas.”

Algumas das cenas do Alemão, que passam na novela *Salve Jorge*, foram gravadas em lugares do próprio Complexo: a estação do Adeus; a estação das Palmeiras; a casa que foi alugada para ser da personagem Maria Vanúbia, (atriz Roberta Rodrigues), que aparecia tomando banho de sol, na laje, enquanto era observada, com desejo, da casa ao lado, pelo personagem Pescoço, (ator Nando Cunha); cenas do teleférico deslizando pelos cabos; de personagens atuando em lajes de casas. As gravações foram atração também para os moradores do Complexo, nesta época. A maioria das cenas, no entanto, foram gravadas em uma favela fictícia, construída nos Estúdios Globo, localizados entre os bairros de Jacarepaguá e Curicica, zona Oeste da cidade do Rio de Janeiro. Ali eles usaram o recurso de *Chroma Key*¹¹¹, para inserir imagens do teleférico ou da favela “real.” Os lugares escolhidos para as filmagens da novela foram logo resignificados, pelos moradores, como pontos turísticos, “para mostrar”, fazendo parte inclusive de roteiros de visita, como veremos no Capítulo 3.



Figs. 73, 74 e 75. Imagens do Complexo do Alemão fictício construído nos Estúdios Globo na época da novela. Fonte: imagens da internet referentes à novela *Salve Jorge*.

¹¹¹ O *Chroma key* é uma técnica de efeito visual que consiste em colocar uma imagem sobre uma outra através do anulamento de uma cor padrão, como por exemplo o verde ou o azul. O objetivo é eliminar o fundo de uma imagem para isolar os personagens ou objetos de interesse que posteriormente são combinados com uma outra imagem de fundo.



Fig. 76: A favela fictícia com a tela azul de Chroma Key para inserção das imagens reais no fundo. Fonte: internet. **Fig. 77:** Cena da novela *Salve Jorge* onde aparecem atores circulando pela *favela fictícia* e, ao fundo, a imagem da *favela real* inserida. Fonte: Capítulo da novela *Salve Jorge*.



Figs. 78, 79 e 80: Cenas da novela gravadas no próprio Complexo do Alemão. Na fig. 78, duas personagens da novela tomando banho de sol na laje de uma casa do Complexo, tendo como fundo o teleférico, cujas gôndolas nessa época estavam pintadas de vermelho. Na fig. 79, a personagem Morena dentro de uma casa do Complexo, tendo como fundo, a marca do lugar: uma gôndola do teleférico. E na fig. 80, a personagem Maria Vanúbia tomando banho de sol na laje e sendo observada por Pescoço, da casa vizinha. Fonte: Capítulos da novela *Salve Jorge*.

Neste mesmo primeiro capítulo, numa cena gravada na estação Adeus do teleférico, aparece a personagem Morena, com o filho e a mãe, olhando uma feira composta por barraquinhas que vendem produtos diversos. No meio dos compradores, turistas circulam, olham os produtos oferecidos pelas barraquinhas e fotografam a favela. Lucimar observa, impressionada: “Olha só! Numa hora dessas o Alemão está cheio de turistas!” Portanto, logo no primeiro capítulo da novela, aparece aquilo que me impressionou, na minha primeira visita ao Alemão, em 2013: um enorme número de visitantes-turistas tirando fotos com o teleférico de fundo, as barraquinhas da Economia Solidária, vendedores de água, picolé e refrigerante, um clima de lazer e descontração. Só que na estação Palmeiras. A vida imitando a arte ou a arte fornecendo subsídios para a construção da vida. Neste caso, para o turismo no Alemão.

A influência da novela *Salve Jorge*, na visita turística do Complexo do Alemão, aparece nas entrevistas que realizei com visitantes, no entorno da estação Palmeiras. Como em um jogo de espelhos, as novelas brasileiras refletem a sociedade e são refletidas por ela. O poder que elas têm, de ditar e influenciar comportamentos no Brasil, é imenso. Darlene Sadlier (2016), citando um estudo de 1998, diz que:

73% da audiência da televisão brasileira assistia a telenovelas, muito mais do que outros países grandes produtores de telenovelas, incluindo a Colômbia (43%), a Venezuela (52%) e o México (34%). Essa porcentagem ajuda a explicar o impacto dessas histórias veiculadas cinco noites por semana sobre a identidade brasileira. (SADLIER, 2016, pág. 343).

A autora afirma que, quanto maior o realismo das telenovelas brasileiras, mais tende a aumentar sua influência sobre a vida cotidiana, observando que certas telenovelas se tornaram conhecidas por transformarem notícias reais em material para episódios ficcionais. Este é o caso de *Salve Jorge*.

A ponte entre realidade e fantasia na novela, especialmente quando focada nos núcleos de personagens, moradores do Complexo do Alemão, foi tão grande que Gloria Perez inseriu moradores “reais”, em alguns capítulos da trama: sempre aparecia o Rene Silva com alguma informação sobre o seu jornal comunitário “Voz da Comunidade”; a “Adriana da Empadinha” vendendo suas empadinhas e brigadeiros; o Bruno Itan mostrando as fotos, que ele tira no Alemão; Otávio Cesar Santiago Junior, promotor de leitura com o projeto “Ler é 10, Leia Favela”, entre outros. Até mesmo o livro “A Voz do Alemão”, da jornalista Sabrina Abreu com Rene Silva, que ainda estava no prelo, é mostrado no último capítulo da novela.

“Se, por um lado, a novela incorporou a realidade, por outro, os canais de notícias também refletiram a ficção, publicando notícias sobre filmagens e visitas do elenco e da produção ao Complexo do Alemão”. É o que observam Frederico Ferreira de Oliveira, Jarlene Rodrigues Reis e Teresa Viveiros Catramby que realizam um estudo, em que analisam as diferenças na representação midiática do Complexo do Alemão, em jornais virtuais, durante a exibição da novela *Salve Jorge*, seis meses anteriores e seis meses posteriores à sua produção.

Os pesquisadores concordam que as novelas, a trama muitas vezes carregam consigo uma variedade de símbolos e significados ligados a imagens que influenciam, em diversos aspectos, a percepção e o imaginário dos espectadores. Eles citam o efeito-*demonstração*, muito utilizado na publicidade, para dizer que, aquilo, apresentado pelos personagens de uma telenovela, pode se tornar possibilidade de interação social, através do consumo. Nessa busca por padrões de consumo, podem estar incluídos desde roupas ou acessórios, até viagens ou uma experiência gastronômica de um personagem da trama.

Outra reflexão, que pode nos ajudar a entender como a novela *Salve Jorge* influenciou a atividade turística no Complexo do Alemão, é a de imaginários turísticos de Maria Gravari-Barbas e Nelson Graburn (2012). Segundo eles, o imaginário turístico é constituído, dessa forma, de representações compartilhadas, alimentadas por - ou associadas às - imagens

materiais (postais, cartões, blogs, filmes e vídeos, guias turísticos, folhetos, revistas de viagem, e também objetos artesanais e outros artefatos), e imateriais (lendas, contos, relatos, discursos, anedotas, memórias...), trabalhadas pelo imaginário, e socialmente compartilhadas pelos turistas e/ou pelos atores turísticos.

A sua constituição é assim dialética: sendo amplamente produzido e, ao mesmo tempo, mobilizado pela indústria turística e pelas políticas turísticas locais, o imaginário é igualmente produzido e apropriado pelos próprios turistas que podem criticá-lo, remanejá-lo ou desfazê-lo. Da mesma forma, pode ser co-produzido pelos atores ou pelas populações locais, que jogam com o imaginário a fim de implantar projetos ou de criar uma identidade própria do lugar. O imaginário induz a relações de reflexividade entre os turistas, as comunidades locais, os atores locais (nacionais ou internacionais), e entre os especialistas. (2012, pág. 03).

Para DE OLIVEIRA, REIS e CATRAMBY (2014), *Salve Jorge* através dos seus núcleos, pertencentes ao Complexo do Alemão, trouxe para os lares brasileiros a continuidade da reconstrução da imagem e do imaginário do subúrbio carioca, personificando alguns esteriótipos do carioca suburbano:

A manicure que sempre participa da vida social de todas as clientes de seu estabelecimento comercial; o malandro que tenta de diversas formas angariar dinheiro fácil a partir de trabalhos informais nas diversas áreas e até atuando como guia de turismo; o nordestino dono de uma “lojinha” que vende de tudo, sempre demonstrando a visão machista a respeito do comportamento e das roupas das personagens femininas do núcleo do Complexo do Alemão; um casal de meia idade que possui um bar/restaurante, ponto de encontro de várias personagens e que acolhe todos que chegam ao local; a mulata bonita e formosa que está sempre a desfilar pelas vielas da comunidade atraindo a atenção dos homens e as desconfianças das mulheres; além do jovem que divulga acontecimentos e a efervescência da comunidade nas mídias sociais (2014, pág. 296).

A partir destas observações de DE OLIVEIRA, REIS e CATRAMBY, é importante novamente chamar a atenção, nesta pesquisa sobre o turismo no Complexo do Alemão, de que estamos tratando de um espaço construído e considerado como subúrbio carioca, zona Norte da cidade do Rio de Janeiro, e não das favelas turísticas da zona Sul, desde antes consagradas e construídas, de diferentes maneiras, para este tipo de atividade.

Das categorias temáticas, analisadas por estes pesquisadores, nos jornais - que foram escolhidos, de acordo com sua relevância e popularidade na cidade do Rio de Janeiro - O Dia Online, Jornal O Globo, Jornal do Brasil e Extra Online, foi “Turismo e atrações turísticas”. Tal constatação indica que o Complexo do Alemão passou a ser visto como espaço de atividade turística, além de espaço residencial e comercial, recém-*pacificado*. O resultado da análise mostrou que, durante o período de exibição da novela, foram publicadas nove matérias com elementos diversos, abordando o turismo e a turistificação do Complexo do Alemão

“como elementos sinérgicos e amalgamados no espaço social, antes visto, principalmente, a partir da violência e de crimes hediondos” (2014, pág. 298). O enredo e a trama acabaram por contribuir para a formação de um imaginário turístico incentivado pela telenovela. A mesma análise de categoria, porém, feita seis meses depois do fim da novela, resultou em apenas duas publicações: uma realizada pelo jornal *O Globo* e outra pelo jornal *O Dia Online*.

Como foi dito, a novela *Salve Jorge* apareceu nas minhas entrevistas, feitas em 2015 e 2016, como a segunda principal motivação dos visitantes, para conhecer o Complexo do Alemão. A própria novela, já no primeiro capítulo, parece incentivar ou sinalizar o turismo como uma possibilidade de desenvolvimento econômico para o território. Mesmo que, de fato, se levarmos em conta a dimensão do complexo de favelas e o número de habitantes, uma fração mínima parece ter abraçado a ideia ou se beneficiado deste tipo de atividade, como veremos no Capítulo 3.

Na novela, o personagem que vai representar o morador que percebe, a partir do território *pacificado*, a oportunidade de promover o turismo, e obter ganhos financeiros, é o Miro (ator André Gonçalves). No capítulo 02, de *Salve Jorge*, o personagem que faz o papel de Sidney (ator Mussunzinho) e ajuda o Rene Silva, no jornal “Voz da Comunidade”, aparece no bar da D. Diva, (atriz Neuza Borges), com um notebook aberto, dizendo que está falando com pessoas do mundo inteiro e que todas estão querendo saber o que está acontecendo no Complexo. D. Diva encomenda, então, mais cadeiras e mesas para o seu bar, dizendo que “tem um monte de turistas que estão visitando o Alemão”; querendo conhecer, andar de teleférico, e que ela quer “atrair esse povo.” Mas é o Miro, um ex-trafficante malandro do Complexo, que passa a ter ideias de como “ganhar dólar dos turistas”, através de ações ligadas ao turismo. “Tá cheio de gringo invadindo o Alemão!” é o que ele diz no capítulo 06 da novela, quando aparece guiando quatro turistas estrangeiros, (brancos e loiros) que querem conhecer o Complexo e ficam fotografando as gôndolas do teleférico. Miro fala um inglês de mentira, e não está qualificado tecnicamente para lidar com os turistas. Como professor de Turismo, reparo que em nenhum momento se mostra ou é incentivado, um preparo ou uma formação técnica, no trato com os turistas, através dos personagens. O turismo que Miro promove é oportunista e despreparado. No capítulo 12, ele aparece lendo um jornal, o “Diário de Notícias” onde a manchete principal é “Turismo cresce no Alemão.” Miro aluga uma laje para levar os turistas: “para eles pararem, comerem um bolinho, um churrasco...a vista que eles vão ter da laje, é ali que mora a diferença”. Nesta mesma laje ele vai promover festas de “pagofunk”, de Natal (capítulo 55) e de Réveillon (capítulo 61) para turistas. Bianca Freire-

Medeiros em *Gringo na Laje* (2009, pág. 53) já apontava que, o que ela chama de “momento laje”, era bastante comum, nos *tours* realizados na Rocinha. Em Medellín, identifiquei também esta prática na Comuna 1. Particularmente, no Rio de Janeiro, o alto dos morros de favelas, da zona Sul, fornecem uma vista panorâmica e bela do contraste entre a natureza (céu, mar, verde) e a cidade. Desta forma, algumas das lajes de casas construídas nessas favelas, que se tornaram turísticas, passaram a ser um atrativo para os visitantes. Na maioria das vezes, o dono da casa aluga o espaço da laje para que um grupo de turistas observe a paisagem, ou para a realização de festas de fim de ano. No morro do Vidigal ou de outras favelas da zona Sul, algumas casas, como a de D. Azelina no Pavão/Pavãozinho/Cantagalo, cobram até R\$185,00¹¹², para que turistas (ou moradores da cidade do Rio de Janeiro) assistam, da laje, a queima de fogos de artifício, realizada nas praias, no fim de ano.

Quando pergunto ao Cristiano Ferreira, um dos precursores das práticas do turismo no Complexo do Alemão que relação ele via entre o turismo e a novela *Salve Jorge*, ele responde, citando inclusive o personagem Miro:

***Cristiano:** Foi... Oportunidade; explorar, aproveitar uma grande emissora estar divulgando a favela e usar essa imagem a favor (...) do turismo. Apesar de que no 1º episódio já tinha uma cena que queimava muito a profissão de guia de turismo, que foi o... Eu esqueci o nome do ator... que (...) tem uma cena no Morro do Adeus que ele fica: “gringo, gringo”, mas ele não sabia nada de inglês, não era guia, não sabia de nada. Era um enrolador...que sempre arrumava confusão. Era aproveitador(...) A novela incentivou algumas pessoas a trabalharem e espelhou, já sabia que tinham pessoas trabalhando, então: “vamos botar um pouco disso.”(11/06/2016).*

As tantas referências ao turismo, na novela *Salve Jorge*, me intrigaram, e o motivo, para a aparição desse tema, fez parte das perguntas que fiz a Gloria Perez:

***LALM:** Logo no Capítulo 01, já aparecem turistas visitando e fotografando o Complexo, barraquinhas de venda e exposição de produtos (também para os turistas), etc. Mais à frente surge um personagem, o Miro, que vê no movimento de turistas uma forma de ganho financeiro. Qual foi a intenção da Sra. na criação desse personagem?*

***Gloria Perez:** Retratar o que estava acontecendo naquele momento. Os moradores estavam muito orgulhosos daquele movimento, porque ele expressava a inclusão de seu território na cidade. Apenas isso. A*

¹¹² Preço no réveillon de 2013.

ideia não nasceu nem se desenvolveu através de qualquer interesse político ou comercial. Meus interlocutores foram unicamente os moradores.(...)

LALM: *O que a Sra. acha da prática do turismo em favelas cariocas?*

Gloria Perez: *Antes de mais nada não dá pra comparar o turismo em favelas com o turismo que, naquela época, se desenvolveu no Alemão. Ali, como te disse, me soava como um resgate da autoestima dos moradores. Já esse turismo comum, em favelas, me incomoda muito. (16/06/2016).*

Mas, o que, de “incomum”, haveria teria nesse tipo de “Turismo no Alemão”, que o diferenciaria, aos olhos de Gloria, dos outros “Turismo em Favela” da cidade? O que interessa, de fato, neste tipo de visita ou de aventura? Consumir a pobreza? Desvendar um dos símbolos do Rio, ao mesmo tempo, romantizado e interdito? A experiência do risco? De alteridade radical? Da arte, Seja Marginal Seja Herói (Hélio Oiticica 1968)?

A comunicadora social Ivana Bentes, professora da UFRJ, avança nessa discussão:

Para além do discurso midiático do medo difuso e demanda de repressão encontramos ainda outras diferentes formas de consumir a pobreza, ligadas ao circuito do turismo e das trocas culturais. A favela é o cartão-postal às avessas, uma espécie de museu da miséria, etapa histórica, não-superada, do capitalismo e os pobres, que deveriam, dada toda produção de riquezas do mundo, estar entrando em extinção, são parte dessa estranha “reserva”, “preservada” e que a qualquer momento sai do controle do Estado e explode, “ameaçando” a cidade. (BENTES, 2007, pág. 248 e 249).

A impressão que tive, pela entrevista com Gloria Perez, é de que, talvez, sua visão de “Turismo em Favela”, zona Sul da cidade, seja aquela, comumente criticada, como do “tipo zoológico”. Já o turismo, que pretendeu apresentar na novela, seria, para ela, algo que funcionasse como algo mais “nobre”.



Figs. 81, 82 e 83: Cenas da novela *Salve Jorge*. Na fig. 81, Miro está na laje alugada acompanhando duas turistas. Numa faixa se lê numa faixa “Bem-Vindos ao Alemão” e os morros com teleférico são o pano de fundo. Nas figuras 82 e 83, Miro está guiando um grupo de turistas pelas ruas do Alemão, pra tomar “chup-chup e picolé”. Ele aparece aqui com uma placa de identificação usada por guias de turismo. Nela está escrito “MiroTur” com um desenho mostrando casinhas de favela coloridas e linhas do teleférico correndo por cima. Fonte: capítulos da novela *Salve Jorge*.

Não assisti à novela, quando ela passou na TV Globo. Fui assistir depois, quando comprei, de colecionadores, os capítulos gravados para fazer esta pesquisa. Minhas motivações, portanto, para visitar o Complexo do Alemão, pela primeira vez, foram outras. Mas posso dizer que, em 2015, numa das minhas visitas de campo por lá, encontrei São Jorge¹¹³.



Figs. 84 e 85: Oratório dedicado a São Jorge na rua Dr. Noguchi, Bairro de Ramos, próximo aos morros do Complexo. Ao fundo um painel colorido de azulejos retratando a “Última Ceia”. Escrito no alto do painel “Salve São Jorge Guerreiro”. Em frente, uma caixa de vidro protege uma imagem de São Jorge, com a oração do santo no pedestal. Fonte: fotos do autor, 2015.

¹¹³ Vale consultar os trabalhos de Cristina Vital sobre religião e criminalidade.

CAPÍTULO 3

TURISMO NO COMPLEXO DO ALEMÃO: PRÁTICAS, ESPAÇOS, POLÍTICAS E OBJETOS

Neste capítulo, pretendo mostrar elementos, que aparecem no meu trabalho de campo, interpretados como práticas turísticas, espaços construídos *para* e *pelo* turismo, políticas públicas, ligadas à qualificação e ao incentivo do turismo, no Complexo, e dos objetos artesanais que se tornaram lembranças de visita. Considero importante pontuar que estes elementos se encaixam numa cronologia e estão, também, ligados ao tempo do antes e do depois, da “pacificação”.

3.1 Referências institucionais para práticas de turismo no Alemão.

Antes da minha primeira visita ao Complexo do Alemão, em abril de 2013, o fenômeno turístico, que ali se evidenciava, me chamou a atenção; antes mesmo de a novela *Salve Jorge*, ser exibida na TV Globo, e da construção do teleférico, o turismo já dava seus primeiros passos neste complexo de favelas da zona Norte. As minhas investigações, porém, estavam atreladas às ações da *retomada* e da “pacificação”. Reforça-se aqui a premissa de que, onde há violência, é muito pouco provável que haja turismo, salvo, visitas específicas, atraídas pelo *dark tourism*, por sítios macabros, pelo sofrimento e pelo risco¹¹⁴.

Em dezembro de 2010, logo depois dos episódios da *retomada* da Vila Cruzeiro e do Alemão, aparecia, na coluna de Anselmo Góis, do jornal *O Globo*, uma reportagem onde a figura principal era Leandro Machado, um:

jovem formado em turismo pela Universidade Estácio de Sá e pós-graduado em História do Brasil pela UFF, [que] viu na tranquilidade que jamais havia experimentado em seus 27 anos de vida na Vila Cruzeiro onde nasceu, cresceu e ainda mora, uma oportunidade de trabalho¹¹⁵

Leandro aparece, na reportagem, de braços abertos, como o Cristo Redentor, vestindo uma camisa branca, na qual, no centro, está escrito “PAZ.” Com sua experiência, como morador, e com sua formação e qualificação acadêmica, Leandro passou a organizar e

¹¹⁴ Sobre *dark tourism* (ou ainda, o *thanatourism*) ver também o subcapítulo 4.7 desta tese, intitulado *O turismo polêmico sobre um passado indesejado*, pág. 240.

¹¹⁵ *A Vila (Cruzeiro) como ela é*. Jornal *O Globo* de 19 de Dezembro de 2010, coluna do Anselmo Gois.

oferecer visitas guiadas a turistas pela Vila Cruzeiro e pelo Complexo do Alemão. Isso, depois da “pacificação”. Na época da reportagem, ele diz que estava orçando um transporte da zona Sul e Centro da cidade, onde, ele acreditava, estariam as demandas para o seu empreendimento.

No ano de 2009, havia deixado seus diploma,s na gaveta, e se tornado supervisor de pesquisas do Censo do IBGE nos complexos da Vila Cruzeiro e do Complexo do Alemão. “Com a pacificação, porém, veio a ideia de me tornar guia, aqui”. Na reportagem, ele diz: “antes, a gente dobrava numa viela, com medo, sem saber o que iria encontrar. Agora, viro a esquina e, de repente, vejo um guarda, que me diz “Bom Dia”. Isso parecia impossível!” As referências temporais, do *antes* e do *agora*, sublinham a passagem ritualizada e televisionada do mundo do crime, para o mundo da circulação aberta, do turismo. A partir do exemplo de Leandro, Anselmo Góis chama a atenção dos leitores, para que vejam, como a paz nos complexos de favelas da Penha e do Alemão, seria capaz de levar a “redenção para milhares de brasileiros, que ali vivem”. Observa, no entanto, que isso pode acontecer, “caso [esta paz] seja duradoura”.

Em junho de 2016, conheci o Leandro Machado. Conta-me um pouco de sua história, como guia dos complexos e me atualiza sobre sua vida, e suas impressões sobre estes territórios. Sua própria trajetória, como guia, base para outros empreendimentos afins, se reporta pelo tempo restrito da “” celebrada, em que os conflitos armados estavam, temporariamente, suspensos ou, taticamente, adiados.

*Ganhei algum dinheiro para pagar um aluguel fora da comunidade, a vida fluiu. Surgiram novas ideias, novos rumos, novos amigos. Não cheguei a "fazer nome", e logo vi que outros surgiram **[para desenvolver a atividade turística]** sem ao menos terem me conhecido. (...) Hoje (com uma maturidade um pouco maior), fui visitar minha mãe e refleti sobre: o teleférico e toda sua estrutura entrou, está entrando para o ostracismo, nem a novela Salve Jorge fez valer. Apesar de ocupada, tiros por todos os lados, eu Leandro tenho medo. Que venham novas políticas públicas para desenvolver o turismo local. (20/06/2016).*

Nos atuais estudos do turismo, falamos muito em “desenvolvimento local”, como uma ferramenta metodológica de trabalho desejável, o que originou o *Turismo de Base Local*, (conhecido, também, como *Turismo Comunitário* ou *Turismo de Base Comunitária*). Esta metodologia é, em geral, usada em pequenos lugares, de forma participativa, tendo o morador, como protagonista, e buscando mudanças socioestruturais, de caráter endógeno. Os habitantes

possuem relativa autonomia para explorar o potencial do território, que os beneficie, e decidir como cada um pode contribuir, nesta prática. São os residentes, os agentes principais do desenrolar de todo esse processo de desenvolvimento, responsáveis, também, por zelarem pela qualidade dos relacionamentos interpessoais e interinstitucionais, aproveitam as sinergias em benefício da coletividade.

O *Turismo de Base Local* está, diretamente, ligado à questão da sustentabilidade e ao *Turismo Sustentável*. A Organização Mundial do Turismo (OMT) define turismo sustentável, como sendo aquele em que, na gestão dos recursos, atende às necessidades econômicas e estéticas das paisagens, mantendo a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais, a diversidade e o sistema de suporte a vida. O conceito de desenvolvimento sustentável faz referência à capacidade de satisfazer às necessidades atuais, sem colocar em perigo a capacidade das gerações futuras, na satisfação de suas próprias necessidades. Ele pode ser observado nos núcleos receptores de turismo, sobretudo, na forma como organizam a produção: de forma associativa, em arranjos produtivos locais, ou controlando, por exemplo, o uso efetivo das terras e das atividades econômicas associadas ao turismo. Deve ser realizado de forma integrada às demais atividades econômicas, com iniciativas que fortalecem a agricultura, a pesca e o artesanato, dentre outras atividades tradicionais.

O turismo alternativo de base comunitária busca se contrapor ao turismo massificado, requerendo menor densidade de infraestrutura e serviços e buscando valorizar uma vinculação situada nos ambientes naturais e na cultura de cada lugar. Não se trata, apenas, de percorrer rotas exóticas, diferenciadas daquelas do turismo de massa. Trata-se de um outro modo de visita e hospitalidade, diferenciado em relação ao turismo massificado, ainda que porventura se dirija a um mesmo destino. Esse turismo respeita as heranças culturais e tradições locais, podendo servir de veículo para revigorá-las e mesmo resgatá-las. Tem centralidade em sua estruturação o estabelecimento de uma relação dialógica e interativa entre visitantes e visitados. Nesse modo relacional, nem os anfitriões são submissos aos turistas, nem os turistas fazem dos hospedeiros meros objetos de instrumentalização consumista (BURSZTYN, BARTHOLO, DELAMARO, 2009, pág 86).

A primeira favela carioca onde foi implantado o turismo de base comunitária, o Santa Marta, através do projeto *Rio Top Tour: o Rio de Janeiro sob um novo ponto de vista*. A favela já se consolidava, como turística, e a ideia era envolver toda a comunidade na recepção dos visitantes. A ação teve início no dia 30 de agosto de 2010, na quadra da escola de samba do Santa Marta, e contou com incentivos, tanto do Governo Federal, quanto do Estado do Rio de Janeiro¹¹⁶.

¹¹⁶ Segundo o Ministério do Turismo, em matéria de 2010 no seu Portal, as UPPs estão mudando o cenário da violência Rio e o turismo acompanha essa revolução, abrindo oportunidades de geração de emprego e renda para

O lançamento, do *Rio Top Tour*, reuniu seis ministros, e o, então presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva. Tanto moradores, quanto comerciantes, receberam cursos de qualificação, voltados para a atividade turística.

O projeto deveria ter-se repetido em todas as favelas “pacificadas”, mas, não foi. O Santa Marta acabou sendo a única favela a receber os benefícios desse projeto, e se transformando em determinado “modelo” de práticas de turismo em favela no Rio de Janeiro. No Complexo do Alemão, por exemplo, que podemos dizer entrou para o “circuito” das favelas turísticas, tardiamente, o incentivo e a qualificação, daqueles interessados em promover a atividade turística, foram outros.

3.1.1 A política do Sebrae no incentivo às práticas do turismo no Alemão

No Complexo do Alemão, podemos apontar o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), como sendo o principal responsável pela criação de uma política, para o desenvolvimento de práticas de turismo, neste território. Ela nasce a partir do *Programa de Desenvolvimento do Empreendedorismo em Comunidades Pacificadas*, iniciado em 2011, três anos depois da instalação da primeira UPP. O Sebrae também, um dos responsáveis pela capacitação de possíveis empreendedores, interessados na promoção do turismo no Complexo.¹¹⁷

As etapas do programa são i) o diagnóstico; ii) articulação de parcerias; iii) sensibilização e mobilização do público-alvo; iv) atendimento orientação/formalização; v) desenvolvimento e capacitação, tendo como base o monitoramento e avaliação. (2011:64).

Seu objetivo principal é o de “apoiar, através da promoção do empreendedorismo e do fortalecimento dos pequenos negócios, o desenvolvimento socioeconômico das áreas atendidas pelas UPPs”, tendo como recortes principais as “comunidades pacificadas” e as “regiões urbanas, de baixa renda”¹¹⁸. Seu piloto são favelas do Rio de Janeiro. Somente assim,

a população. Por meio de uma parceria entre o Ministério do Turismo e o governo do Rio de Janeiro, o morro Santa Marta, que já contemplada com uma UPP, receberá investimentos de R\$ 230,3 mil nesta primeira fase: R\$ 184 mil do governo federal e R\$ 46 mil do estado do Rio. Em: <http://www.brasil.gov.br/turismo/2010/08/rio-top-tour-estimula-inclusao-pelo-turismo-1>. Acesso em 15 de Dez. de 2016.

¹¹⁷ Os outros foram a Faculdade de Economia e Finanças (Ibmec) e a Secretaria de Estado de Turismo (Setur). Esta última ofereceu os cursos pelo Centro Estadual de Estatísticas, Pesquisas e Formação de Servidores Públicos do Rio de Janeiro (CEPERJ), em salas do Colégio Tim Lopes no Alemão. Seu método de capacitação foi muito criticado pelos participantes com quem conversei.

¹¹⁸ Por Região Urbana de Baixa Renda (RUBR), o Sebrae entende ser “um território geralmente de alta densidade populacional onde os investimentos formais, tanto públicos quanto privados, são precários, com destaque para os campos imobiliário, financeiro e de serviços. Nesse contexto, predominam relações informais de geração de trabalho e renda e grande percentual de subemprego e desemprego, em comparação com os

“o Sebrae pôde atuar, de forma sistematizada, em comunidades, antes dominadas pelos grupos armados de tráfico e milícia.” (JORGE e TEIXEIRA, 2011:11).

Existe uma metodologia, para a implantação do Programa de Desenvolvimento Territorial em Regiões Urbanas de Baixa Renda, e esta se insere em uma “ampla estratégia” de Desenvolvimento Territorial do Sebrae - Metodologia DET – que é composta por seis etapas: i) delimitação do território; ii) análise do território; iii) visão de futuro; iv) estratégias e prioridades; v) implementação; e vi) controle e monitoramento.

Segundo o *Programa*, a política de “pacificação” proporcionaria parcerias com o poder público, entidades de fomento, instituições financeiras, entidades representativas da comunidade, empresas prestadoras de serviços públicos, universidades, centros de pesquisa e empresas privadas investidoras. O *Programa*, estrategicamente, também apostava na economia dos megaeventos, no Rio de Janeiro, como sede da Copa do Mundo (2014) e dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio-2016.

Esta visão futura, do Sebrae, reforça a ideia da política de “pacificação” e das políticas de incentivo, partindo do poder público, ao “Turismo em Favela” (como o *Rio Top Tour*), serem parte de objetivos maiores. Não somente. É certo que todo programa do PAC, das favelas, visto no capítulo anterior, funcionava também como uma grande propaganda - com direito a construções monumentais como o teleférico - do governo Lula/PT. No entanto, como defendemos nesta pesquisa, o Rio de Janeiro e sua “vocação turística”, construída e consagrada, não podem ser deixados de lado.

Para que a cidade fosse sede de eventos, que chamariam uma atenção global, uma das exigências, para que o mecanismo funcionasse, deveria ser a garantia de “seguranç a”, para os que viessem. Assim como, no início do século XX, a Reforma Pereira Passos e a constru o do castelinho da FIOCRUZ¹¹⁹ sinalizavam que a cidade estava pronta para receber investimentos estrangeiros, e livre das enfermidades que tanto chamavam, negativamente, a atenção dos estrangeiros, a política de “pacifica o” buscou banir, da opinião pública, o grande mal que assolava a cidade, no século XXI: a sociabilidade violenta (MACHADO, 2004) e a inseguranç a, nos espaços estigmatizados, como “perigosos.” Sintomaticamente, o idealizador do projeto de “pacifica o” das favelas, José Mariano Beltrame, o mais longo

demais bairros da cidade.” (pág. 15). RUBR foi a expressão utilizada pelo Sebrae para “abranger o que geralmente é denominado como “favela” ou mesmo “comunidade.””(pág. 15).

¹¹⁹ Institui o de nível federal vinculada ao Ministério da Saúde localizada no bairro de Maguinhos, cidade do Rio de Janeiro.

Secretário de Segurança do Rio de Janeiro, pede demissão em 10/10/2016, dois meses depois de encerrados os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio-2016.

O *Programa* mostra que é ambicioso, pois, logo na sua apresentação do projeto-piloto, no Rio de Janeiro, diz que pretende modificar algumas das principais características das comunidades pacificadas:

(...) o alto nível de informalidade, renda média e níveis de escolaridade baixos, muitos jovens que não estudam e nem trabalham, falta de entidades associativas locais que se preocupem com o tema do desenvolvimento econômico, irregularidade nos serviços públicos à população em geral e escassez de oferta de serviços de apoio ao empreendedor.(2014:11).

O *Programa* também busca ressaltar a importância simbólica e social daquelas, que considerou como sendo as comunidades de baixa renda. Percebe-se, no entanto, que a favela é sempre vista, como *locus* da falta, da carência, e que há uma uniformização de suas características, apesar de aparecer uma frase que ensaia alguma diferença: “é possível (...) que haja identidades específicas.” (JORGE e TEIXEIRA, 2014:15).

O perfil, que o *Programa* traça do empreendedor dessas RUBRs, ilustrado por uma série de gráficos, é o de maioria do gênero feminino, entre 25 e 59 anos, com ensino fundamental incompleto e renda média de R\$700,00 por pessoa, ao mês. Com base no censo de empreendedores do Complexo do Alemão, Mangueiras e Rocinha, a estimativa de empreendedores, calculada pelo Sebrae para o Complexo, foi de 5.400 pessoas. O maior número entre as 21 comunidades elencadas. Um pouco mais adiante, o *Programa* acrescenta, como parte do perfil desses empreendedores, o “alto nível de informalidade, a inexistência de práticas associativas empresariais, o desconhecimento dos fundamentos de gestão empresarial, o empreendedorismo, por necessidade, e a baixa apropriação das oportunidades.” Ou seja, são definidos pela negação. Onde estão as qualidades desses empreendedores? Desconsideram-se as especificidades destes atores sociais.

Uma das áreas de empreendimento, que o *Programa* identificou, no Complexo do Alemão – e, posteriormente, em outras comunidades, – como possibilidade de desenvolvimento, foi o turismo. A partir disto, o Sebrae buscou elaborar um estudo de potencialidades turísticas, para o território, e capacitar/treinar interessados: os chamados “empreendedores.” Talvez, o que o *Programa* não tenha previsto – entre outras – é que o turismo tem uma demanda heterogênea e instável. Uma das características do produto turístico é a sazonalidade. Dificilmente o turismo, pela sua complexidade, pode realmente ser desenvolvido, a partir de uma cartilha. Mesmo que esta tentativa seja realizada e incentivada

pelo poder público (notadamente, o Ministério e Secretarias do Turismo) e planejadores de turismo.

Em *Liderança e Governança* está previsto que os protagonistas sejam os moradores das RUBRs e que, sem o compromisso e envolvimento dessas pessoas, o projeto se restringiria aos seus prazos de validade, sem provocar “efeitos contínuos.” Orienta que devem ser identificados os atores que fazem parte do governo estadual, da prefeitura e das secretarias (chamados de primeiro setor); empresariado e respectivas associações (chamados de segundo setor), organizações não-governamentais, entidades de ensino e pesquisa e de igrejas (chamadas de terceiro setor), entre outros. O passo seguinte seria a definição conjunta de um agente mobilizador: “um coordenador, que proporcione interface direta com o Sebrae e com a continuidade do projeto.” (2011:31). É importante pontuar que nas recomendações, quanto à sociedade civil, o *Programa* afirma que é necessário “enquadrá-la, definitivamente, no foco da instituição.” Há necessidade de estimular a participação dos sujeitos, através de diversos meios de convocação, e de provocar, nos participantes, o sentimento e o vínculo da corresponsabilidade. Destacam-se as tensões, nas políticas de alianças e de concorrências internas. No trabalho de campo, realizado, pude observar que os conflitos de interesses estavam sempre presentes. O *Programa* parece querer disciplinar, pela razão burocrática, e não pela visão dos envolvidos, que, muitas vezes, apresenta interesses diferentes. Pressupõe-se uma ideia de participação, calçada numa lógica de eficácia e de resultados, que, muitas vezes, não são os mesmos que querem os moradores locais envolvidos. Desconsideram a comunidade, como um campo de disputas, fabricando expectativas idealizadas em torno de um espaço social homogêneo, e compartilhado, e de lideranças locais – *agentes mobilizadores remunerados* - capazes de produzir consensos convenientes.

Sobre a capacitação para o turismo, oferecida pelo Sebrae, Mariluce, dona da agência *Rio Favela Tour*, no Alemão, critica a distância entre a realidade e a teoria ensinada. Com muito ânimo, ela e Cristiano Ferreira da Silva, dono da agência *Gigatrek Adventure*, foram qualificados pelo Sebrae.

Fiz muitos cursos, principalmente com o Sebrae. O Sebrae me deu 4 cursos de capacitação na área de turismo, principalmente pra trabalhar com agência de receptivo local, me deu essa formação. Só que não é uma coisa acadêmica, entendeu? É uma coisa mais pra negócio, e aí fiz os cursos, participei de muitos eventos, de feira, de congresso, tudo que tinha a gente participava, a gente passava mais tempo fora se qualificando do que dentro, só que não dá pra empregar sem ter paz e sem ter publicidade; se você não tiver uma indicação, assim ó: num guia do Rio de Janeiro, e o guia disser:

“olha tem o teleférico do Alemão”, ninguém vai saber que o teleférico existe, o gringo só sabe que existe algo quando ele vê num guia, no mapa, e o brasileiro sabe, mas a resposta negativa que tem daqui, a pessoa não se interessa em vir.(...) Primeiro eles [o Sebrae] fizeram os encontros, foi de lideranças, identificaram que tinha muito problema entre as lideranças, que não daria pra se formar uma associação de turismo local, então eu me interessei em fazer uma empresa sozinha, já que ninguém queria, azar o deles né, pedi ajuda a eles[ao Sebrae], aí eles falaram que iriam ajudar sim, mas perguntaram também seu eu poderia contribuir com o estudo; então, eu contribui com o estudo[de potencialidades turísticas no Alemão] e através da contribuição eles identificaram o que a gente precisaria, quais as qualificações que os empreendedores precisavam e o que eu, como agência local, e o Cristiano também precisaria. Então, a partir disso eles ofereceram pra gente as qualificações, a gente fez todas, principalmente aquelas oficina, fiz todas elas e a partir daí que a gente começou a ter, mais ou menos assim, um direcionamento. Mas, a teoria de todas essas qualificações, elas são muito técnicas, na prática é muito diferente, é muito, muito; assim, a gente bota uma parte do que aprende no trabalho, mas não é tudo, tem coisa que você só aprende fazendo.(11/06/2016)

A “corresponsabilidade” que as diretrizes do *Programa* tanto desejam, parte de uma relação desequilibrada, já que o Sebrae propõe um modelo, o qual, apenas ele acha que dá bons resultados. E, para que ele seja bem sucedido, os moradores precisarão ser convencidos e enquadrados. O “protagonismo” se dissolve, nessas relações assimétricas, com sentido, previamente, controlado. É revelador que nas fotos, que ilustram o documento, não há legendas ou referências, identificando as pessoas que ali aparecem, os microempreendedores e seus estabelecimentos, que são mostrados em fotografia. São mostrados no discurso institucional figurado, como protótipos, exemplos persuasivos.

Mesmo se considerarmos os atores, dos chamados primeiro e segundo setor, não encontraríamos uma mesma linha de conduta para todos. Existem questões paralelas, relacionadas às políticas públicas da cidade, (que, em geral são descontinuadas), que devem apoiar esses projetos. E os interesses da classe política envolvida. Tudo depende de negociações constantes. O modelo de atuação, do Sebrae/RJ, não prevê a instalação de estruturas organizacionais, nas comunidades. Deverão ser realizadas parcerias com instituições, já existentes, para, por exemplo, o uso compartilhado de salas para o atendimento ou reuniões. (2011:63). A crítica, a este ponto, é a de que estas iniciativas são, não raro, marcadas por múltiplas concorrências, circunstancialmente afirmadas. Não transitam por uma lógica de cooperação permanente, de reciprocidades equilibradas, a não ser que exista algum

interesse, algum ganho financeiro, profissionalizando com esta ideia de integração. Os conflitos, observados na CONTUR, ilustram muito esta crítica.

A CONTUR (Conexão Turismo e Favela), é uma rede formada pelo Sebrae, dentro do *Programa de Desenvolvimento do Empreendedorismo em Comunidades Pacificadas*, formada por moradores de favelas cariocas, que têm interesse no desenvolvimento do turismo, em suas comunidades. A ideia da montagem da rede surgiu, a partir, da capacitação, em turismo, que o Sebrae ofereceu, em algumas favelas cariocas, e de suas oficinas de associativismo. Até quando participei observando o grupo (2105), eram realizadas duas reuniões distintas: uma, organizada pelo Sebrae e outra, envolvendo, apenas, os moradores das favelas, (em locais, escolhidos por eles). Nas reuniões de que participei, elegeu-se a presidência do grupo; preparou-se a participação do grupo, em feiras e eventos de turismo; discutiu-se a promoção de um circuito gastronômico, como atrativo turístico; foi lançado um *Guia de Bolso das Comunidades*¹²⁰, no qual constavam informações de visita às favelas, que haviam aderido ao projeto: Chapéu Mangueira/Babilônia, Morro dos Prazeres, Santa Marta, Morro dos Cabritos/Tabajaras, Complexo do Tijuca, Turano, Salgueiro, Formiga, Vidigal, Rocinha, Alemão e Penha¹²¹. A apresentação de cada comunidade no *Guia*, se dava, inicialmente, com um mapa do lugar, apontando pontos principais, e os guias de turismo, que poderiam auxiliar na visita, “o que ver”, “onde comer” e “eventos e atividades”. Representando o Complexo do Alemão, participavam, apenas, o Cristiano Ferreira, a Ingrid Couto (*Gigatrek Adventure*) e o François Camargo, morador da comunidade do Adeus, que ajudava o Ailton Macarrão, no incentivo ao turismo na Rocinha, inclusive, na organização do *I Fórum de Turismo da Rocinha*. Durante o tempo em que acompanhei as reuniões da CONTUR, os conflitos eram constantes: pela importância dada a uma comunidade, mais que a outra; pela liderança do grupo, enquanto moradores de favelas; pelo que se queria priorizar nas promoções, enquanto grupo; por aquilo que entraria, ou não, no Guia; pelo estatuto, que foi criado. Tanto que, numa entrevista com o Cristiano Ferreira da Silva em 11/06/2016, que havia sido eleito presidente do grupo, em 2015, ele diz que o estatuto não pôde ser registrado, por questões políticas internas do grupo.

outras pessoas estavam achando que estavam sendo excluídas e queriam cargos, parecia mais a briga do... parecia Brasília: “não, eu quero um cargo pra isso...”. Demos o cargo, parou; aí começou uma

¹²⁰ Na verdade o lançamento aconteceu em fins de 2014. Ele foi relançado como *Guia de Bolso das Favelas* com a inclusão de outras favelas que foram sendo agregadas ao grupo, nos anos seguintes

¹²¹ Conteúdo do Guia de 2016.

cobrança, ninguém mandava a documentação pra registrar, então, ficou parado.(...) Tá parado.

Comenta ainda que as reuniões que eram feitas apenas com os moradores não acontecia mais nesse momento. Apenas as organizadas pelo Sebrae ainda tinham a participação de alguns moradores-empresendedores.



Figs. 86 e 87: Duas reuniões que participei do CONTUR em 2015: a primeira no Sebrae e a segunda, apenas com os moradores-empresendedores, em um hostel no Chapéu Mangueira. Fonte: fotos do autor, 2015.



Fig. 88: Guia de bolso e pin produzidos a partir do CONTUR e os livrinhos de Cordel do Franklin. Fonte: acervo do autor.

Segundo o Sebrae, os pequenos negócios precisam de orientação, com relação à regulamentação da documentação exigida, e de serem auxiliados na elaboração de planos de negócio. Nesta mesma página, propõe uma pergunta, que particularmente nos interessa: “há potencial para a criação de roteiros turísticos, gastronômicos ou comerciais na RUBR? Há possibilidade de novos mercados e de integração com o entorno?” (2104:81).

A integração que se pretende aqui é com o entorno. Desde a década de 1980, essa ideia de integração entre a favela e o asfalto nas políticas públicas cariocas, partindo de projetos de intervenção, passa a ser uma constante. O fim de uma “cidade partida.” O que se pode questionar é se, ao menos para os envolvidos nas iniciativas de turismo, há interesse nessa

integração favela/asfalto, se realmente, querem que a “favela” seja “cidade”, como território singular, “experiência autêntica”, na cultura popular¹²². A regulamentação de documentos para um negócio é, também, uma exigência comum nos programas e políticas públicas. Pouco se compreende sobre a experiência, acumulada e transmitida, da informalidade nos negócios da favela; os arranjos com colaboração voluntária; os jeitos que garantem, há gerações, a economia local. E as dificuldades, que alguns moradores de favelas, encontram, para isso.

A “lógica empreendedora” da favela, durante muitos anos, foi a da informalidade e a da *consideração* (SEGALA,1991). Existe uma reação, contra toda essa burocracia, para se abrir um negócio. Pode-se dizer que, muitas vezes, alguns moradores aceitam essas regras, se esforçam, se “regularizarem”, passam a cobrar o apoio da instituição que os orientou, inclusive na distinção, para com aqueles que não “têm os papéis”. Abrem-se novos conflitos.

Em 2015, entrevistei François Camargo, um morador do entorno do morro do Adeus, interessado na promoção do turismo no Complexo. Dando sugestões, sobre práticas e turismo locais, ele faz uma crítica aos moldes do *Programa* do Sebrae:

Você pode pegar o entorno da favela, ainda, entendeu, você tem um turismo que ainda pode se trabalhar gastronômico, pode ser trabalhado ele, ainda, num outro formato. Não no formato do Sebrae, que foi uma enganação, né, pra todo mundo. Começou com 50 pessoas e terminou com duas. (12/02/2015)

A Economia Criativa é vista como uma oportunidade de negócio. Seria a junção da economia do conhecimento com a economia da cultura, abrangendo uma série de setores - como artesanato e arte popular, produtos digitais, audiovisuais, entre outros - que têm uma dimensão simbólica como ponto central. Por este viés, o *Programa* propõe reunir ou organizar os setores, que já existiam no território, os quais num “conjunto estratégico” podem contribuir para o seu desenvolvimento. (2011:44). Já os negócios sociais teriam, na atividade principal, a oferta de soluções para os problemas sociais, mediante mecanismos de mercado e com finalidade lucrativa. A principal frente de impacto, desses negócios, consistiria na oferta de produtos ou serviços, em escala, que melhorassem a qualidade de vida da população de baixa renda (saúde, habitação e educação a baixo custo e com qualidade). É especificado que a formalização traria uma série de benefícios para as empresas. E que no caso dos Micro-Empreendedores Individuais (MEI), os benefícios seriam, ainda, maiores. É recomendada,

¹²² “Mais que uma visita, uma experiência” é inclusive o título do estudo de potencialidades turísticas que o Sebrae realiza em 2012.

porém, cautela, no incentivo à formalização, dizendo que, o próprio empreendedorismo não pode ser encarado, como solução universal.

Como foi dito, o Sebrae foi a principal entidade que ofereceu capacitação para os moradores locais, interessados em investir no turismo, como forma de empreendimento¹²³. As outras foram o *Bom Fruto Turismo*¹²⁴, (através da Nilcéia Rocha), e a Secretaria de Estado de Turismo (SETUR).

Um dos eixos estratégicos do *Programa de Desenvolvimento do Empreendedorismo em Comunidades Pacificadas* do Sebrae era, de fato, a capacitação¹²⁵. Os outros eram: a formalização dos negócios e atividades empreendedoras; o acesso ao mercado; a ampliação e a facilitação da oferta de serviços financeiros; o acesso à inovação tecnológica e social; o apoio a projetos setoriais e o fortalecimento de cadeias produtivas.

Vale lembrar, neste presente trabalho, que, apesar de o Sebrae estar ligado a iniciativas privadas, seus programas se vinculam a políticas públicas nacionais e estaduais, como foi este caso, ligado à política de segurança estadual da cidade do Rio de Janeiro.

Em 2014, tive acesso ao *Estudo de Potencialidades Turísticas do Complexo do Alemão*, elaborado pelo Sebrae (2012). Podem ser citados alguns dos pontos, desse estudo, que se mostraram interessantes para este trabalho. No levantamento do território, o Sebrae identifica, como uma das atividades culturais e de lazer, o clube de fotografia “Foto Clube Alemão” que promove visitas e excursões fotográficas no Complexo, para profissionais e amadores, em fotografia. Num trabalho de campo, conheci dois integrantes desse Clube, o Bruno Itan e o Xandão. Outra caracterização da oferta turística, citada no estudo, são os produtos artesanais. Como atrativos e equipamentos turísticos, o Sebrae identifica três “que se destacam no Complexo”: o Teleférico, a Serra da Misericórdia e o Casarão da Cultura. Interessante apontar que, daqueles que abriram agências de turismo locais – e que participaram do projeto de capacitação oferecido pelo Sebrae, contribuindo para este estudo -

¹²³ Um dos seus eixos estratégicos do *Programa de Desenvolvimento do Empreendedorismo em Comunidades Pacificadas* do Sebrae era de fato a capacitação. Os outros eram: a formalização dos negócios e atividades empreendedoras, o acesso ao mercado, a ampliação e a facilitação da oferta de serviços financeiros, o acesso à inovação tecnológica e social e o apoio a projetos setoriais e o fortalecimento de cadeias produtivas. Para o Sebrae, a capacitação “implica no levantamento das necessidades locais e promoção da capacitação técnica, comportamental e em gestão, bem como contribuição para o resgate de jovens a partir do empreendedorismo” (2011 p.60).

¹²⁴ O projeto *Bom Fruto Turismo* foi desenvolvido pelo Sebrae-RJ, com apoio da Casa Civil em parcerias com a Super Via, Banco do Brasil, Correios, SESC, UERJ e outras empresas e organizações. Ver <http://bomfruto.no.comunidades.net/> Acesso em 31 de janeiro de 2017.

¹²⁵ Para o Sebrae, a capacitação “implica no levantamento das necessidades locais e promoção da capacitação técnica, comportamental e em gestão, bem como contribuição para o resgate de jovens a partir do empreendedorismo” (2011:60).

a Serra da Misericórdia aparece, apenas, em um dos *tours*, citados pela agência *Turismo no Alemão*. Mesmo assim, não era vendido, segundo os donos da agência, pelo local não ter muita estrutura para receber o turista. O Casarão só era mostrado de longe, do alto das Palmeiras, mas não encontrei, ao menos no meu trabalho de campo, nenhum roteiro que levasse o visitante até lá¹²⁶.

No estudo estão presentes um histórico do território, características da população local, um “perfil do Complexo do Alemão”, e uma análise do turismo em favela, no Rio de Janeiro. Uma das metodologias, adotadas pelo estudo, é a utilização da matriz SWOT, (FOFA), a qual analisa elementos que se enquadrariam nas categorias forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Considero importante realçar alguns desses elementos identificados. Como **forças**, foram citados a “vista privilegiada da cidade”; “a segurança”; o teleférico “moderno e recente”; a “notoriedade da imagem do Complexo, junto ao poder público e aos meios de comunicação”; o “programa de segurança na pacificação das comunidades” e a “existência de agência local de receptivo”. Como **oportunidades**, estão os “investimentos ligados aos Megaeventos: Copa 2014 e Olimpíadas 2016”; o “aumento de consumo do mercado interno”; o “aumento da receita do turismo, no setor terciário” e a “visibilidade da cidade do Rio de Janeiro, como um todo”. Nas **ameaças**, aparecem itens como, a “baixa qualificação dos profissionais de turismo”; o “aumento desordenado do fluxo de turistas”; a “não-valorização do turista pela comunidade”; a “concorrência de produtos turísticos similares”, a “eficiência da divulgação dos destinos similares” e a “descontinuidade de políticas públicas”.

Como sugestões de segmentação turística, no território, o estudo do Sebrae apontou o Turismo Comunitário, “desenvolvido pela própria comunidade, onde seus membros, articuladores e incluídos na cadeia produtiva, visam à circulação de renda e lucro na comunidade, com contribuições para uma melhora na qualidade de vida”; a Economia da Experiência que “valoriza o desenvolvimento do aspecto emocional, como fator diferencial para a experiência”, recusando um turista, meramente, contemplativo, mas como ator de sua própria experiência e protagonista de suas expectativas, no destino escolhido; e o Turismo de Aventura, propondo a criação de circuitos turísticos integrando rotas e trilhas temáticas. O Estudo sugere algumas rotas, para esse objetivo, como Rota da Baiana, Rota da Mineira Rota da Palmeira, Rota da Grotta e Rota da Serra da Misericórdia.(2012). O estudo conclui, definindo o turismo em favela, como “alternativo”. Parte da premissa de que, ser elevado à

¹²⁶ Ver detalhes desses roteiros no subcapítulo 3.3.

categoria de “produto turístico”, não caracteriza algo negativo “para uma comunidade carente, em termos identitários e culturais”. Acredita que a “comunidade carente (...) carrega uma forte marca de alteridade e exotismo” e que a favela, realmente, se transformou em *trademark* reconhecido e vendido em mercados turísticos. Quanto “às várias práticas que, reforçam a expectativa em relação ao conjunto de comunidades do Alemão”, afirma que “todas as formas de mídias desenvolvem um papel crucial e que o turismo, no Complexo, pode e deve se transformar numa “experiência turística autêntica, apesar da imposição de alguns estereótipos” (2012).

3.2. As agências de turismo do Alemão e para o Alemão

No meu trabalho de campo, logo em 2013, identifiquei a presença de quatro agências de turismo locais: a *Visita Guiada* (uma junção da agência *Bom Fruto Turismo* (“de dentro”) e a agência *Alameda Rio Turismo* (“de fora”)), a *Turismo no Alemão*, a *Rio Favela Tour* e a *Gigatrek Adventure*. Pretendo, nesta parte da pesquisa, contar um pouco do histórico, características e como cada uma se articulou, buscando aproveitar a visível ou potencial oportunidade de práticas turísticas no Alemão. Destas, as agências com as quais tive maior contato foram a *Visita Guiada* e a *Turismo no Alemão*. A *Rio Favela Tour* (de propriedade de Mariluce Maria de Souza, esposa do Cléber Araújo) e a *Gigatrek Adventure* (de propriedade do casal Cristiano Ferreira da Silva e Ingrid Couto), apesar de estarem constituídas como agências independentes, prestavam serviços à *Turismo no Alemão*. Ao longo do meu trabalho de campo, observei que, entre as quatro agências, apareceram algumas disputas, como em originalidade (de ter sido a “1ª agência de turismo do Alemão”); em controle e qualidade dos *tours* oferecidos, (se, os roteiros de uma eram melhores, que da outra, pois mostravam uma favela “autêntica” e “próxima”); na real sustentabilidade da agência, (qual era aquela que realmente trazia benefícios para a comunidade); em controle do acesso para a venda dos produtos turísticos; em carteira de contatos e em autoridade, (qual delas “fala em nome” do turismo no Alemão).

3.2.1 *Bom Fruto Turismo: buscando frutos para todos*

Em novembro de 2012, já se inaugurara uma postagem, no *blog* da agência *Bom Fruto Turismo*, propriedade da moradora do morro do Adeus, Nilcéia Rocha, (50 anos em 2014).

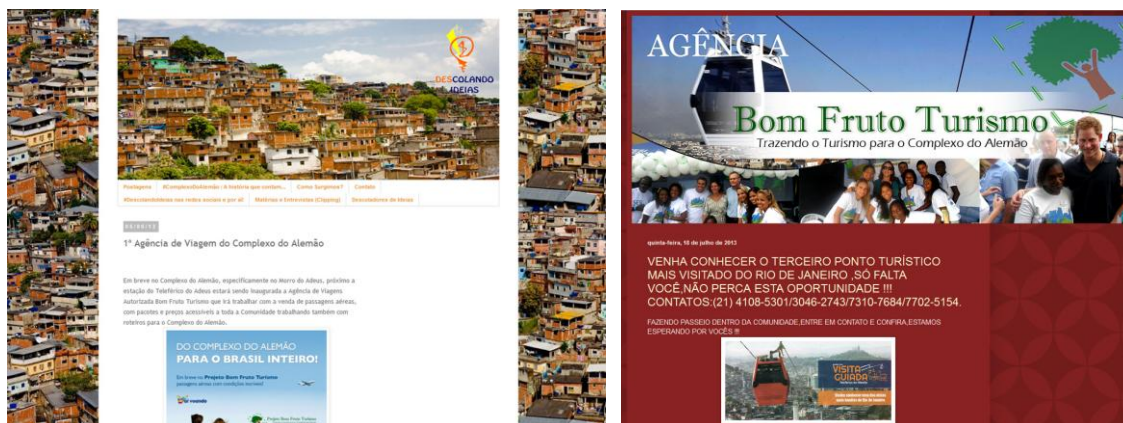
Seu lema é “Trazendo o turismo para o Complexo do Alemão”.¹²⁷ Conhecida na comunidade do Adeus como *Ceinha*, Nilcéia Rocha era uma “cantora da noite”, jogava futebol – esporte de que gostava muito. Chegou a jogar no Bangu e no Flamengo – e era funcionária do Banco do Brasil. Teve um problema no joelho e parou de jogar futebol; cantou por 13 anos e depois parou “por causa dessa guerra no Complexo”; saiu do emprego no banco e abriu um bar num *trailer*, que já possuía, no próprio morro do Adeus. Nesta época, ainda cantava. Na época em que tinha o *trailer*, Ceinha conta que se sensibilizou ao ver a realidade de algumas das crianças da sua comunidade. Inicia, então, um trabalho com elas, usando o futebol.

Eu com aquele trailer ali, antes do bar, aquilo me incomodou; porque eu morar aqui na comunidade era complicado, porque eu morava mas eu não vivia aqui, porque eu vinha pra dormir, descansar, comer e cantar, depois trabalhar; então, eu cantava na noite, trabalhava; cantava à noite, trabalhava, não parava aqui na comunidade. Quando eu parei na comunidade eu vi as crianças brincando no lixo e aquilo me incomodou; aquilo me incomodou e eu comecei a brincar com eles na rua, fazia uma travezinha pequena de madeira, pra eles, e valia um... um Toby, o time que ganhasse valia um Toby [refrigerante] e uma Fofura [biscoito]. (...) E aí comecei a brincar com as crianças, brincar, brincar, brincar. E chegou um tempo que eu fiquei com muita criança, todas crianças vinham pra brincar comigo e...acabei me dedicando a uma área que eu nunca pensei, eu comecei a fazer Festa Junina, , excursão na primavera, no dia da Páscoa, eu ia nas empresas e pedia... pegava do meu bar também; era mais do meu dinheiro do que dos outros e chegou o momento que eu percebi isso, eu falei: “eu não vou pedir mais dinheiro, vou pedir que eles doem o que eu quero”. Então eu comecei a fazer um trabalho com as crianças aqui e eles tinham que estar na escola, aí eu comecei a cobrar o boletim escolar; quem não estava na escola tinha que ir pra escola, e comecei com um trabalho social, político, e eu não gostava de política, tinha pavor de política. (...) E ali eu fiquei... com o meu ano todo tomado, fiquei com o meu ano todo dedicado às crianças; o meu bar vivia cheio de crianças, é... Festa Junina, Páscoa, é... final de ano, Dia das Crianças, tudo tinha que ter festa, era bolo de dois metros que eu mesmo fazia, e tudo com o meu dinheiro (...) Tudo começou com o futebol, [do] futebol, vieram as festas. (03/05/2014)

¹²⁷ O blog da agência ainda está ativo e pode ser visitado em:

<http://bomfrutoturismomonocomplexo.blogspot.com.br/2012/11/bom-fruto-turismo-no-complexo-do-alemao.html>.

Aceso em 15 de janeiro de 2017.



Figs. 89 e 90: Páginas do blog da *Bom Furto Turismo*. A primeira postagem, de junho de 2012, chama o público para a inauguração da “1ª agência de viagens [autorizada] do Complexo do Alemão”. A segunda postagem, já mostra a logomarca da *Visita Guiada* e chama para que se “venha conhecer o terceiro ponto turístico mais visitado do Rio de Janeiro”. Fonte: <http://bomfrutoturismo.com.br/2012/11/bom-fruto-turismo-no-complexo-do-alemao.html>. Acesso em 15 de janeiro de 2017.

Ceinha conta que, logo depois de começar a “brincar de futebol” com as crianças, foi convidada a participar de um programa, chamado “Vida Nova”, onde passaria a treinar as crianças – e, posteriormente, até mesmo adultos – para o futebol, com direito a uma quadra. Este seu projeto de ensino do futebol teve, inclusive, incentivos do governo. Mesmo dizendo detestar política, Ceinha foi eleita presidente da Associação de Moradores do morro do Adeus, antes mesmo de as obras do PAC terem se iniciado. Conta que, na época dessas obras, havia conseguido, com o governo, – através de reuniões, de que participou, inclusive a então Ministra-Chefe da Casa Civil e futura presidente da República, Dilma Rouseff - que sua comunidade fosse incluída no projeto de habitação. Entrevistei a Ceinha, no seu apartamento, localizado em um dos condomínios de casas, construídos no Adeus, dentro da política de habitação do PAC. Ceinha se coloca na entrevista, como defensora do teleférico, do PAC e da “pacificação”, no Complexo do Alemão.

[O governo] mostrou a maquete [das obras do PAC] direitinho, veio um grupo do governo, andou na comunidade toda, falando com cada um; eu sei porque foram na Associação, eles ficaram na Associação trabalhando durante alguns meses, e todo mundo: “— sim, sim, sim, sim”. Agora dizem que é obra de maquiagem? Fala sério né! É. Não fosse o teleférico eles não estavam morando nos apartamentos, que as casas não iam sair, né, então...(…) todos eles são pessoas que moravam próximo ao lugar que iam construir [as estações do] teleférico, tinha que ser 50 metros de distância sem ter casa nenhuma, então essas pessoas ou elas recebiam em dinheiro, compravam uma casa na comunidade ou podiam comprar uma casa fora da comunidade, voltar pra sua terra, podiam fazer o que quisesse, elas tinham 3 situações que elas poderiam escolher, e alguns

escolheram o apartamento, alguns escolheram o dinheiro, outros escolheram voltar pra sua terra.(...) Eu tirei pessoas do tráfico pra trabalhar na obra do PAC, e que hoje é trabalhador. (...) a mão de obra não foi de fora não; só a mão de obra de engenheiro. (03/05/2014)

Quanto à “pacificação”, Ceinha opina que:

Tem que ter uma ordem. O Complexo do Alemão, hoje, é um bairro, não é mais um grupo de favelas, coisa de favelas, existe um CEP, é um bairro; então, tem que ter policial, tem que ter horário pra ter som pra não atrapalhar o vizinho; concordo com as normas que devem ser cumpridas, concordo com elas, não sou contra, eu não sou contra, só que a pacificação ela veio com o emprego, dignidade, dar dignidade a uma pessoa.(03/05/2014)

Ceinha fala também do que considerou, como sendo uma “transformação”, pela qual passou a sua comunidade, através das PAC:

(...) o governo cumpriu tudo aquilo que prometeu pra gente, eu não tenho o que falar mal; não, eu não puxo o saco não, o cara fez, pôxa, fez... fez, fez...E eu fico muito feliz de hoje não ver mais minhas crianças com nariz escorrendo, que era tudo uns cabeção, barrigudinho, comendo lixo, meu amado, e depois, o primeiro condomínio a ser inaugurado foi o daqui, e um mês depois que eu passei, eu passando de moto, eu vi as crianças todas limpinhas; eu ia visitar eles, e a casa deles toda limpinha, arrumadinha. Numa entrevista que uma criança deu pra um repórter: (...) o governo nunca olhou pra comunidade, eu desconheço um governo que olhou pra comunidade; quem roubou, se roubou, o que fizeram, o que não fizeram, cara, o importante é que fizeram pela minha comunidade, fizeram pela comunidade pobre, que nunca fizeram nada, nada, nada, nada... (...) de o menino chegar pra mim e falar assim: “— Ceinha, sabe quanto eu tirei com as minhas horas extras? Hum mil e quinhentos reais, no tráfico eu nunca ganhei isso”. Pô, pelo amor de Deus! (03/05/2014)

Outra questão que considero importante, nesta entrevista, especialmente para a construção deste trabalho de pesquisa, é a atenção midiática que estas obras do PAC produziram; o interesse das pessoas em conhecer essa “nova era”.

E a construção disso tudo aqui pra gente chegar onde você quer, acabou...vindo a porta do mundo inteiro, que impactou o mundo inteiro, e veio a porta do mundo inteiro e, como a comunidade Morro do Adeus foi a primeira a ser construída, é...os repórteres vieram todos pra cá, e eu tinha que dar entrevista e, claro, que tinha que está bonitinho porque... veio até a BBC de Londres, meu Deus do Céu, uma coisa louca! E eu tive que dar entrevista pra esse povo todo,

explicar como é que eu fazia, como que eu não fazia, e ... já fui até em palestra na Caixa Econômica, dei palestra em faculdade, foi uma época muito... muito prazerosa, assim, eu fiz com muito prazer. (03/05/2014)

Mas como, a partir dessa sua trajetória de vida e desse panorama de transformação urbana, surgiu o turismo para a Ceinha? Ela relata que foi através do Consórcio Rio Melhor¹²⁸, que, se deveria deixar “algo de social dentro da comunidade, que viesse da sustentabilidade”. Com apoio do governo estadual, Ceinha consegue, então, a aprovação de um projeto, envolvendo a capacitação de jovens para trabalharem com turismo, nas estações do teleférico. Nesta época, ela ainda era presidente da Associação de Moradores do Adeus.

Formei, na época, 42 jovens [no blog da Bom Fruto constam 60], e alguns jovens desses se destacaram, Nós recebemos o príncipe real.[Príncipe Harry da Inglaterra].(...) A Jéssica, era uma aluna a mais dedicada, que abraçava todas as oportunidades, e ela estava pra sair do projeto quando veio essa oportunidade pra ela [de guiar o Príncipe Harry dentro das comunidades do Alemão], e ela não pensou duas vezes; fomos lá no consulado, era ela e mais 4 pessoas que falavam inglês, só ela não falava inglês.(...) Porque nós preparamos ela, ela estudou, eu estudei a história da comunidade [e dava aula para os jovens sobre o assunto]; tive uma professora de história, arqueóloga, e ela me contou toda a história do Complexo, nós fomos no museu, e sabe, vimos muita coisa. (03/05/2014)



Figs. 91 e 92: Ceinha Rocha aparece, na primeira foto, com o então governador do Rio de Janeiro Sérgio Cabral. Na segunda, com o Príncipe Harry durante sua visita ao Complexo. Um do orgulhos da Bom Furto Turismo e *Visita Guiada* era terem sido seus guias aqueles que acompanharam o Príncipe. **Fonte:** <http://bomfrutoturismoocomplexo.blogspot.com.br/2012/11/bom-fruto-turismo-no-complexo-do-alemao.html>. Acesso em 15 de janeiro de 2017.

¹²⁸ Consórcio que reúne três empresas, ligado à projetos de urbanização, tendo como líder a Odebrecht. As outras empresas que fazem parte deste Consórcio são a OAS e a Delta Construções. Este Consórcio venceu um contrato de R\$ 493 milhões para a realização de obras no Complexo do Alemão. Em janeiro de 2016, a Polícia Federal do Rio de Janeiro pediu à operação Lava Jato para investigar, a Odebrecht, suspeita de fraude em contrato para a urbanização do Complexo.

Foram o Consórcio Rio Melhor e a Caixa Econômica Federal, que financiaram o projeto de capacitação de jovens para o turismo, da Ceinha. Inicialmente, as aulas eram dadas em cima de uma padaria, na Grotta, e depois, foram organizadas pela Fundação de Apoio à Escola Técnica (FAETEC), da rua Paranhos, com aulas ministradas pelos professores da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Dos mais de 40 jovens, que Ceinha disse ter formado, apenas “16 ou 17” começaram a trabalhar com ela, que abriu a agência *Bom Fruto Turismo*, na Associação do Centro Social de sua comunidade. A sociedade com a *Alameda Rio Turismo* e a montagem do *stand* da *Visita Guiada*, na estação de teleférico de Bonsucesso, veio a partir de uma proposta da Supervia, que também participava das reuniões da capacitação dos jovens. O Sebrae também participou desse projeto da Ceinha, solicitado pelo governador do estado:

Quando eu criei esse projeto, aqui para o Complexo, eu reuni todos os presidentes de Associações, várias ONGs, não fiz nada escondido, eu abri pra todo mundo, falei: “ó, isso aqui é um filho, a gente vai pegar pra crescer, e o nome desse filho é “Bom Fruto”, que a intenção é que dê fruto pra todo mundo, não tem como não dar fruto pra ninguém”.(...) logo no início ficavam 4 pessoas trabalhando comigo, e as outras pessoas, aí as empresas entravam em contato, e eu fazia o tour. Depois fui chamada pela SuperVia pra entrar nessa parceria de turismo lá no teleférico lá... fui chamada pela Globo, olha só, chamada pela Globo pra participar da novela “Salve Jorge”, pra estar trazendo uma parte do turismo pra novela. Aí chamei as mulheres que são artesãs (...) aliás as artesãs participaram [da novela], os produtos delas participaram, teve produto que foi parte da novela, brincos, cordões, pulseiras. (03/05/2014)



Figs. 93, 94 e 95: Os guias da *Visita Guiada* no stand que se localizava na estação Bonsucesso; uma página do blog da Bom Fruto Turismo mostrando o flyer da agência e Ceinha junto com um grupo e turistas no alto das Palmeiras. Fonte: <http://bomfrutoturismomonocomplexo.blogspot.com.br/2012/11/bom-fruto-turismo-no-complexo-do-alemao.html>. Acesso em 15 de janeiro de 2017.

O stand da *Visita Guiada* fechou no dia 25 de outubro de 2013. Estive na *Alameda Rio Turismo* para saber mais sobre o encerramento das atividades da *Visita Guiada* mas, o proprietário, Sr. Ronaldo, me remeteu à Ceinha. Que eu a procurasse e lhe perguntasse os motivos. Ceinha justifica o fim da parceria dizendo que a *Supervia* não dava determinadas liberdades de ação, que a *Alameda Rio Turismo* queria. Assim, o Sr. Ronaldo decidiu deixar o negócio, dizendo: “Ceinha, deixo aí com você!”. Ela não acredita que a razão tenha sido a falta de turistas. Disse que a *Alameda* “sonhou muito alto aqui, uma expectativa muito alta. Sonhou do tamanho dela, aqui no Complexo, mas ela é muito grande para esse espaço aqui. Dependendo do fruto, tem um tempo”. Ao que parece, a organização da parceria e da participação dos jovens – todos moradores das comunidades do Alemão – neste projeto de turismo, não levou, em conta, elementos importantes da dinâmica social.

Não deu certo, não foi nem por causa da SuperVia. Foi porque a Alameda é grande demais pro Complexo.(...) um empreendimento aqui começa pequeno e vai crescendo, e as pessoas vão crescendo junto, entendeu, e aquela fórmula, sobe. Os jovens não se adaptam muito, não assimilaram muito. R\$800,00 pra trabalhar 4 horas por dia, de segunda a segunda, uma folga por semana e um domingo por mês, sendo jovem aprendiz (...) Os jovens começaram a oscilar também. (...) Os jovens, incluindo a Jéssica também; começou a oscilar... (03/05/2014)

Na entrevista com a Ceinha, ela fala das disputas, “ambições” e boicotes, entre as agências de Turismo, que iam surgindo no Complexo, de “falsetas” que descobriu, de alguns jovens, que trabalhavam com ela, de desgostos com os problemas que teve que superar, enquanto presidente da Associação de Moradores¹²⁹. Tudo isso, segundo ela, a levou a uma depressão, ao desânimo, e a não querer trabalhar mais com turismo. Afirma que, antes dela, não havia nenhuma agência de turismo no Alemão. A *Bom Fruto Turismo* havia sido a primeira. Na época da minha entrevista, a agência não existia mais.

No encerramento da entrevista, Ceinha entrega que, para ela, os primeiros a visitarem as comunidades do Complexo haviam sido os jornalistas, através do PAC, e que chegaram por intermédio do governo do Estado, lá no morro do Adeus. “Foi por isso que eu criei o projeto [de turismo]”. Ela faz uma reflexão sobre o “turismo”, no Alemão, dizendo:

O turismo é tão abrangente, ta (..) mas ele é tão abrangente que só não ganha no turismo quem não quer. Aqui, o Complexo do Alemão, pra atender a demanda de turismo, fazendo um bom trabalho de

¹²⁹ Por Ceinha ser moradora do morro do Adeus, outros donos de agências locais que entrevistei diziam que ela não era do Alemão, já que existe uma divisão – que era também de controle de facções criminosas e tráfico – entre os morros do Adeus e Baiana do resto das comunidades do Alemão.

divulgação, tem que ter no mínimo umas 4, 5 agências pra dar conta. O Complexo do Alemão tem quase duzentos mil habitantes; você, pra conhecer o Complexo do Alemão, vou te botar aqui três meses pra tu conhecer e tu não vai conhecer tudo. (03/05/2014).

Ao final, quando lhe perguntei se pretendia voltar a trabalhar com turismo, envolvendo a comunidade, respondeu: “quem sabe, um dia, né?”



Figs. 96 e 97: Espaço onde ficava o *stand* da agência *Visita Guiada* na estação de teleférico de Bonsucesso. Fonte: Fotos do autor, 27/10/2013.

3.2.1 Turismo no Alemão: *deixe um legado na favela e na sua gente.*

No final do ano de 2012, Cléber de Araújo Santos (40 anos em 2016), abriu a agência *Turismo no Alemão*, em sociedade com os amigos Wagner e Daniel. Um ano antes, sua esposa, Mariluce Maria de Souza (34 anos, em 2016), abriria outra agência de turismo chamada *Rio Favela Tour*.

Em 17 de agosto de 2013, durante a festa de lançamento do livro *Voz do Alemão* da jornalista Sabrina Abreu e do Rene Silva, na cervejaria Estação R & R, em Nova Brasília, conversei com Mariluce pela primeira vez. Ela toma, para sua agência, o *status* de primeira aberta no Complexo do Alemão. De acordo com suas informações, em segundo, teria sido a *Gigatrek Adventure*, pertencente ao casal Cristiano Ferreira da Silva e Ingrid Couto, e, em terceiro, a *Turismo no Alemão*. A dinâmica de funcionamento da *Rio Favela Tour* e da *Turismo no Alemão* foi explicada pela Mariluce, da seguinte forma:

A gente fazia o trabalho assim: a Rio Favela Tour era agência de receptivo local e eu era como se fosse a produção. Através da minha [agência] eu fazia os contatos com os empreendedores, marcava os passeios. [Era a] operadora. Então, eu é que fazia tudo, fechava os horários nos locais, o tanto de pessoas que ia almoçar em cada local,

essas coisas eu fazia sozinha. Só a gente não colocava o nome Rio Favela Tour porque ia confundir, o que a gente queria que aparecesse era a Turismo no Alemão, então não tinha lógica botar duas empresas que entram em conflito. Mas assim, como eu operava sozinha, o Cléber ficava mais com a segunda parte junto com o Daniel e Wagner. (...) A Turismo no Alemão fazia contato com as agências, vendia os pacotes com tais empresas que estavam interessadas em trazer as pessoas aqui, e eu produzia tudo aqui dentro através da Rio Favela Tour, entendeu, deixava tudo preparado; por exemplo, preparava os guias que iam participar, botava o guia que vai pro lado da Canitar, o guia que vai pro lado da Nova Brasília, porque a gente dividia os grupos, já desenhava o roteiro, sabia os horários, isso tudo tinha que controlar; então essa era a parte que eu fazia. (11/06/2016)

A função da *Rio Favela Tour* era receber os turistas no Alemão, utilizando para o guiamento, ciceroes (monitores): moradores não-credenciados. A *Turismo no Alemão*, quando tinha necessidade, contratava serviços da *Gigatrek Adventure*, que tinha contatos de guias credenciados.



Figs. 98 e 99: Cléber de Araújo na sua barraca, recebendo turistas. **Fonte:** fotos do autor, 2015 e 2016.

Na primeira conversa, que tive com a Mariluce, ela mostrou uma preocupação em proteger as três agências locais, que haviam formado uma parceria, das agências “de fora”, que também levavam turistas ao Complexo. Também se preocupou em dizer que estas agências davam um “retorno” à comunidade. Fala ainda como seria, para ela, inviável uma visita ao Complexo, antes da instalação das UPPs.

O tempo todo estamos bloqueando as empresas de fora” queremos o pessoal aqui de dentro.(...) 10% dos [nossos] passeios exclusivos vai para um bloco de samba “Unidos do Complexo do Alemão”. Até mesmo a troca cultural é deixar alguma coisa. O contato muitas vezes é mais importante que a renda. Ninguém antes visitava a gente. (...)Antes da UPP, não ia poder tirar foto, não ia ter tanta facilidade em falar com os moradores, não ia poder entrar na casa das pessoas, os moradores tinham medo das pessoas de fora, medo deles contarem

alguma coisa, de comprometerem o morador. Nem tinham tanto medo dos traficantes mas sim com o que as pessoas de fora podiam passar de informação que dessem sem querer e que os comprometeria.(17/08/2013).

Talvez esse medo explique o dono da loja de bolos, que não gostou nem um pouco da minha “arma” fotográfica, direcionada para seu estabelecimento, como comento no próximo subcapítulo. Nesta conversa com a Mariluce, fala do número de pessoas, envolvidas na “cadeia produtiva” do turismo no Complexo. Ainda que ela precise o número de pessoas envolvidas, existe, na verdade, uma flutuação grande nessa participação:

Hoje temos uma cadeia produtiva com 83 pessoas ligadas ao turismo levando em consideração as três empresas que fizeram parcerias: Rio Favela Tour, Gigatrek e Turismo no Alemão. Dessas 83, [estou contando] só os guias os cicerones, os artesãos...não tá nem entrando os comerciantes e outras instituições. (17/08/2013).

As redes sociais eram um suporte, muito utilizado na propaganda da agência *Turismo no Alemão*. Além dessa estratégia, existiam as camisetas vermelhas, com a logomarca da agência, chamando muito a atenção dos grupos de turistas que as usavam¹³⁰, e um *folder*, feito para distribuição, elaborado com a parceria do Trem do Corcovado. O *folder* era trilingue (português, inglês e espanhol) e apresentava cinco chamadas aos leitores: i) embarque em um moderno teleférico; ii) caminhe por vielas estreitas e interaja com moradores locais; iii) aqueça a economia local fazendo compras de artesanato na “Feira do Alemão”; iv) Pintura interativa de obras de arte, nas paredes externas das casas e v) apoie a sustentabilidade dos projetos sociais. A promoção de uma “visita interativa” era o diferencial que Cléber e Mariluce apontavam de seus passeios. Diziam que, diferentemente dos outros *tours*, não realizavam “turismo de safári, de zoológico”, nem promoviam uma visita “apenas subindo e descendo, com o turista, pelo teleférico”, numa clara alusão à dinâmica dos *tours*, realizados pela *Visita Guiada*. A “Feira do Alemão”, a que se referia a propaganda do *folder*, eram as barraquinhas da Economia Solidária, do alto das Palmeiras, das quais falarei mais à frente, e a pintura interativa, nas casas, era um projeto, comentado pela Mariluce e pelo Cléber, em uma de nossas conversas, mas que não tive a oportunidade, durante meu trabalho de campo, de vê-lo sendo realizado.

¹³⁰ Ganhei uma dessas camisetas em um tour que fiz com a agência. Este tour e a foto da logomarca estão no próximo subcapítulo.

O texto interno do *folder* termina com a seguinte ordem: “deixe um legado na favela e na sua gente!”. No seu interior aparecem fotos de vários e grandes grupos de turistas, todos vestindo as camisetas vermelhas da agência, com destaque para uma legenda indicando um grupo da Universidade de Stanford (EUA). No verso, a foto de um grande grupo, indicado como sendo da Universidade de Pretória, (África do Sul), acompanhando, na rua principal de Nova Brasília, a escola de samba Grêmio Recreativo Unidos do Complexo do Alemão. Uma última frase, no verso, informa que o turista que usar os serviços da *Turismo no Alemão*, fará “mais que uma visita, uma oportunidade de exercer a sua responsabilidade social”. Estas ideias de responsabilidade social, do desenvolvimento de um “turismo de base local” no Alemão, da busca por fazer com que o turista tivesse “contato com o morador”, de “gerar economia local” e de “mostrar às pessoas, de fora, como era a cultura” do Alemão, que sempre estivera presente nas conversas com o Cléber e a Mariluce. De todas as agências que acompanhei, no meu trabalho de campo, a *Turismo no Alemão* sempre pareceu ser a que mais se destacava. Era a que mais aparecia, na mídia impressa, (em reportagens de jornais), disputando o lugar de “agência mais representativa do Alemão”. Mariluce e, mesmo, o próprio Cléber, eram convidados por universidades brasileiras e estrangeiras, para dar palestras sobre o turismo no Complexo, e eram entrevistados por canais estrangeiros, como BBC, Discovery, e outros. Cléber guardava na sua barraquinha, montada no alto das Palmeiras, um “livro de ouro” com assinaturas dos turistas, vindos dos mais diversos pontos do planeta. Infelizmente não tive acesso a esse livro.

Mas, como nasceu a ideia de trabalhar com turismo, no Complexo do Alemão? A partir de que elementos? Cléber de Araújo é natural da Bahia, da cidade de Porto Seguro, e era ligado ao turismo, por lá, porém, de maneira informal.

A gente fazia é... tudo, tudo, tudo, eu andava de barco com eles [os turistas], a gente atravessava de canoa no Rio Caraíva, a gente vendia produtos pra eles, da parte indígena, que eu comprava dos meus parentes que são indígenas, dos Pataxós, colar, dente de madeira, gamela de madeira, colher de pau, flecha, arco e flecha, tudo isso a gente... pegava na aldeia e vendia na cidade de Porto Seguro. (11/06/2016)

Chegou ao Rio de Janeiro em 1998, para estudar turismo, mas acabou fazendo um curso de Teologia. Um ano depois foi morar no Complexo do Alemão e conheceu a Mariluce. Ela diz que quem teve a ideia de trabalhar com turismo, no Alemão, foi o marido, a partir do olhar para o teleférico. Ela, mesma, diz que não acreditava.

A ideia foi do Cléber; a partir do momento que ele viu o teleférico sendo construído, ele já teve a percepção que não era só pra moradores, então ele foi colocando isso na minha cabeça, que tinha que ser uma coisa pra gente poder, também, ter uma oportunidade de negócio, e aí eu comecei a me interessar pelo assunto, comecei a estudar o assunto, e a gente desenvolveu essa nossa parte de trabalho com o turismo; mas não pra ser uma empresa de turismo tradicional, traz o gringo aqui pra ganhar dinheiro; o nosso objetivo não era capital, a gente não queria apenas ter lucro, a gente queria ter é uma resposta, ter resultado, entendeu? Trazer as pessoas pra elas verem a realidade e com isso, através do quantitativo de pessoas que passassem pela favela, a gente tentar forçar, até mesmo o poder público e as outras empresas, a investirem mais na parte de educação e, principalmente, o saneamento básico e a educação, mas na parte cultural e nas outras também, mas não foi bem o que a gente esperava não. (...) Pra gente fazer esse trabalho a gente precisaria de, pelo menos, paz né, a gente tinha que ter uma certa tranquilidade pra andar com as pessoas, e a gente também precisaria que fosse divulgado, que isso existe, que existe um roteiro dentro do Alemão e que têm pessoas que trabalham fazendo o guiamento, que têm guias que falam mais de um idioma, e assim as pessoas teriam até, além da vontade, a confiança de vir. (11/06/2016)

O turismo, para eles, servia como um passaporte, para melhorias nas comunidades. Fica evidente a importância, para esses empreendedores locais, da questão da segurança e do incentivo das políticas públicas. O Cléber explica essa aposta no turismo, da seguinte forma:

A gente percebeu que com a construção do teleférico a possibilidade de surgir turismo aqui era muito grande, e a gente começou a perceber que, com as informações da internet, o advento dos grandes eventos que estavam pra vir pro Rio de Janeiro, isso aqui seria uma porta de entrada de um fluxo muito grande de turista, e eu falei: “vou unir o meu conhecimento que eu tenho lá de Porto Seguro, com o conhecimento da Mariluce aqui e vamos fazer alguma coisa aqui pra ganhar dinheiro com o turismo”. (11/06/2016)

Diz que a construção do teleférico contou mais, para sua aposta de turismo no Alemão, do que a própria “pacificação”. E justifica porque não considera o teleférico, um transporte turístico:

O teleférico, a porta de entrada, o começo de tudo foi o teleférico; sem o teleférico não tinha possibilidade nenhuma de as pessoas virem aqui, entendeu? Não foi nem a pacificação, não foi a pacificação.(...) muita curiosidade dos cariocas de vir conhecer, as pessoas de fora que viram, né, a divulgação foi maciça por parte do governo do estado, (...) Então, houve uma propaganda maciça disso aqui como

uma forma de trazer desenvolvimento pra o Complexo, de ser um transporte de massa, não era um transporte turístico, não foi um transporte turístico, e até hoje não é considerado um transporte turístico porque não entrou no rol oficial da cidade, ele ainda hoje é considerado transporte de massa, as pessoas é que se apropriaram, as pessoas é que passaram a olhar como um meio de transporte turístico, por forma individual, e vem, mas ele nunca foi, e até hoje não é considerado um transporte turístico; uma pena. (11/06/2016)

A “pena” que Cléber sente, quanto ao teleférico “não ser considerado turístico”, tem relação com suas críticas às políticas públicas de turismo, que, segundo ele, não apoiaram ou incentivaram, devidamente, o desenvolvimento da atividade turística, no Complexo do Alemão. Quando fala da abertura da sua agência de turismo, conta como acreditou que o Sebrae e os órgãos ligados ao turismo do estado e município iriam dar o apoio, que não tinham condições de conseguir. Aqui aparece, justamente, a busca por cumprir as exigências formais, colocadas pelo *Programa de Desenvolvimento* do Sebrae, como os documentos, licenças etc.

Essa agência veio no final de 2011, logo após o período que a gente (...) apostando que o Sebrae iria dar suporte em todas as áreas, a gente pensou o seguinte: “vamos formalizar né, naquela terminologia de formalização, pagar os impostos pro governo, a gente tem um Cadastur”; a gente sonhava com isso aqui, como eu falei, entrar no roteiro oficial da cidade, existia um sonho, não só meu, mas de todos que estavam envolvidos. A gente conversou, chegou a participar da Abav [Feira da Associação Brasileira de Agências de Viagem], na época de 2012, foi um evento maravilhoso, ganhamos um stand grande lá, vários empreendedores que estavam formalizados pelo Sebrae foram pra lá, e houve a necessidade de fazer uma agência porque a gente viu que havia interesse, também, das agências externas do Complexo, muitos agentes que são de fora, daqui do Rio de Janeiro, tinham interesses em fazer tours aqui dentro, fazer um panorama, um raio x de como estava a situação do turismo aqui dentro e isso feito com moradores daqui de dentro, e como eu sempre fui curioso e sempre fui cavando, procurando informação (...) ficou na proposta de a gente incluir o Complexo do Alemão no roteiro oficial da cidade, foi feita pra gente essa promessa, tanto pelo Sebrae quanto pela Riotur, quanto pela Setur na época, e... dessa expectativa a gente falou: “pô, então é a hora de a gente se capacitar, profissionalizar e levar a coisa a sério, fazer uma coisa dentro dos padrões pra gente não perder concorrência se amanhã ou depois uma outra empresa vier de fora e a gente não ter essa noção do que é uma coisa realmente formalizada. (..) Conseguimos o Cadastur, conseguimos o CNPJ, Alvará, fizemos investimentos pesados na área do turismo em banner, fomos a feiras, uma série de coisas. (11/06/2016)

Para o Cléber, o turismo no Alemão não foi tão bem sucedido, quanto o de favelas, como o Santa Marta e a Rocinha, além do fato de pertencerem, ao que chamou de “parte pobre” da cidade, por causa da falta de incentivo do poder público. Era recorrente, nas minhas conversas com o Cléber, a ideia de que o governo não queria o turismo desenvolvido ali.

Mas... é... eu vou dizer que... não houve muito interesse por parte do poder público fazer com que isso aqui fosse, realmente, um roteiro turístico da cidade. Eu acho que eles já sabiam que isso aqui ia dar errado, por isso que eles não investiram no turismo, eles já sabiam que ia ser um fracasso a UPP, eles já sabiam que ia ser um fracasso a pacificação (...) porque se eles realmente tivessem interesse que isso aqui desse certo eles tinham investido no turismo, porque o turismo traz renda para os moradores, ele traz renda local, uma visibilidade muito maior, ele traz divisa cultural pras pessoas aqui dentro, existe um intercâmbio cultural muito forte por parte de quem visita e por parte de quem é visitado, existe é... uma visibilidade mais profunda do local quando você tem um turismo de inserção, e isso tava sendo muito visto; a nossa empresa trouxe 120 pessoas aqui pra andar dentro do Complexo do Alemão, pra circular aqui dentro, pra fazer renda, pra fazer intercâmbio cultural, conhecer as pessoas, conhecer o Complexo por dentro, ver, realmente, as mazelas que eles diziam que estavam tudo feito e não estava tudo feito, e isso passou a ser um questionamento e, talvez por isso, eles falaram assim: “melhor não fazer turismo no Complexo do Alemão, vai dar merda”. (11/06/2016)

Sobre a localização do Complexo, enquanto parte da zona Norte da cidade e sua relação com as já consagradas favelas turísticas da zona Sul, ele comenta:

[A Rocinha] está dentro do roteiro turístico já oficial da cidade, que é a zona sul. O Rio de Janeiro, como todo mundo sabe, ela é dividida em duas partes: a parte rica e a parte pobre. Mesmo sendo uma favela, ela está dentro da zona sul, ela está dentro [do que] eu considero que é uma bolha. Aqui [no Alemão] essa bolha foi rompida logo depois de ter vindo a pacificação, por força de vontade até de alguns, essa bolha foi rompida, (...) nós estamos na zona norte, nós estamos longe do roteiro oficial da cidade, nós estamos longe dos olhares de quem vê o Vidigal daqui de baixo e olha pro alto e vê o Vidigal; é diferente. O Santa Marta, pra mim é uma maquete de um projeto lindo e maravilhoso, de 4000 habitantes, uma favela que em 20 minutos você circula ela todinha, (...) tanto é que todos os grandes líderes, todos os grandes, imprensa e televisão, o governo leva pro Santa Marta pra mostrar que a pacificação deu certo; nunca o governo pegou a imprensa e trouxe aqui no Complexo do Alemão, nunca o governo pegou e trouxe no Lins, nunca o governo pegou e trouxe no Jacaré, o governo nunca pegou e trouxe na Mangueira, mesmo sendo a Mangueira quem ela é; agora, porque que só leva pro

Santa Marta? Porque lá é uma maquete de brinquedo, de manipulação pro governo (...) eu quero ver fazer turismo aqui, eu quero ver trazer gente, convencer gente e vir fazer aqui, como nós fizemos, pra andar dentro do morro, caminhar dentro do morro, fazer o que nós fizemos aqui, (...) Muitos caras queriam vir fazer turismo aqui através de jeep, através de moto, eu nunca quis: “ah, você é burro, você não quer ganhar dinheiro”; queria ganhar dinheiro sim, mas de uma forma ideológica, aí sim, eu aprendi o turismo de base comunitária, quando você faz um turismo independente, um turismo que faz com que as pessoas entendam o que é o turismo. É diferente da Rocinha que um gringo está lá andando pela Barra da Tijuca e sobe a Rocinha, é diferente de um cara que sobe o Vidigal, é diferente de um cara que sobe ali no Santa Marta porque já está ali; agora, tira o cara dali e traz ele pra aqui pra zona norte? Sair, enfrentar um trânsito terrível, entendeu, pela linha amarela, Avenida Brasil, traz ele pra cá pra ver uma coisa? Vê se é fácil? Isso é turismo, isso eu acredito. (11/06/2016).

Outra questão que aparece na conversa, e que parece ter dificultado o desenvolvimento de práticas de turismo, no Complexo, foi, o que chamamos de falta de “sensibilização” da comunidade envolvida¹³¹. Para ilustrar esta distância de alguns dos moradores locais com o turismo, Cléber relata suas experiências, nos guiamentos:

Chegamos lá [numa padaria] com 13 argentinos fazendo tour, andando, já era uma hora da tarde, eles sentiram aquele cheiro gostoso do frango, eu falei: “pô, vamos sentar e comer um frango? — Vamos! Vamos sentar, tomar uma cerveja e ir embora”. Sentamos, pedimos cerveja, aí ele falou: “padeiro, eu quero 3 frangos desse aí”; aí [o padeiro disse]: “não, não vendo pra gringo não, o frango é pro morador que compra comigo todo dia”. A sorte minha é que eles não entenderam isso, eu levei na brincadeira, e aí eu falei: “pô, então me dá um frango, é pra mim, eu sou morador, me dá um frango pra mim, eu sou morador; eu não posso comprar? — É, pra você eu vendo, pra eles não”. Cenas como essa nós vivenciamos. Outras vezes isso aconteceu também em outros locais, eu pedia caipirinha e o cara: “ah, eu não sei fazer caipirinha, não faço caipirinha não meu irmão, eu vendo é cachaça; — Eu posso fazer pro senhor.[Cléber disse] “Não, ninguém mexe no meu bar não”; Com os chilenos, uma vez, paramos num outro barzinho um dia, sentamos pra tomar uma cerveja e o cara do mesmo jeito: “cerveja aqui é só pra morador também, não vou vender pra ninguém de fora não”. Coisas desse tipo, muitas vezes, e eu não desisti, mesmo assim a gente insistia, insistia. Teve um barzinho aqui em baixo que é o Bar do Mosquito, pra mim, foi o cara que mais entendeu de turismo aqui, todos os nossos guiamentos nós parávamos lá, todos, todos, porque foi o único. Ele

¹³¹ A “sensibilização” aparece como uma das etapas do desenvolvimento do programa de Regionalização do Turismo, desenvolvido pelo Ministério do Turismo a partir de 2004.

chorou tanto no dia que ele recebeu o turismo pela primeira vez que ele falava que “ele agora podia morrer, que ele teve no bar dele gente de outro planeta, de outro país”. (11/06/2016)

No dia 30 de maio de 2016, Cléber me conta que havia fechado sua agência de turismo, por conta de uma inviabilidade econômica, e que iria se dedicar ao projeto de pinturas *Favela Arte*, com Mariluce. Ainda persistia vendendo *souvenirs* na sua barraca, na entrada/saída da estação Palmeiras. Mariluce e sua agência, a *Rio Favela Tour*, continuaria em frente.

3.2.1 Gigatrek Adventure: Alemão, mais que turismo, uma experiência.

Pouco foi o meu contato com as atividades desenvolvidas pela agência de turismo do casal Cristiano Ferreira da Silva (36 anos, em 2016) e Ingrid Couto, a *Gigatrek Adventure*. Reivindicando, para sua agência, o título de *1ª agência de turismo receptivo do Alemão* e, de ser reconhecido como aquele que organizou o primeiro passeio de *Jeep*, pelas comunidades do Complexo, Cristiano era parceiro da *Turismo no Alemão*. Eleito presidente da CONTUR em 2015, passou a fazer parceria com o casal de guias Vilson e Karolynne do *Guiadas Urbanas*, especializados em roteiros interativos, no complexo da Penha. O morador Cristiano, nasceu no Complexo do Alemão, Nova Brasília. Bacharel em Turismo pela Universidade Veiga e Almeida (UVA) e, formado como guia de turismo, foi o que mostrou uma maior qualificação acadêmica, dentre os donos de agências locais, que conheci. Numa conversa que tive com ele em 11 de junho de 2016, conta como e quando começou a apostar no turismo no Complexo:

Logo depois da pacificação, é...teve a pacificação...estava tendo a obra do teleférico...em janeiro, após a pacificação fui convidado pra ONG Oca dos Curumins pra estar desenvolvendo um passeio pra um pessoal que ia vir conhecer, aí fizemos um passeio de Jeep. Saiu da Grotta até a estação do Alemão que estava em construção, depois até a Estação do Adeus e voltamos. E teve no final uma feijoada; o Jeep era até de um amigo, e aí participaram outras pessoas que são moradores e são guias também, e foi noticiado na Record, no Dia, no JB, passou no programa da Cidinha na Bandeirantes. Antes do teleférico, foi durante a construção (11/06/2016)

Como não havia ainda o teleférico, Cristiano acreditava que a motivação inicial dos turistas, em conhecer o Complexo, era a “pacificação” e a novela *Salve Jorge*. A divulgação dos *tours* era feita na internet e a maioria dos visitantes, brasileiros, com maioria paulista e

carioca. Conta que o Rene Silva, responsável pelo jornal comunitário *Voz da Comunidade*, também iniciou o trabalho com a atividade turística no Alemão, já que tinha formação, como técnico em turismo. Esta iniciativa, porém, não vingou.

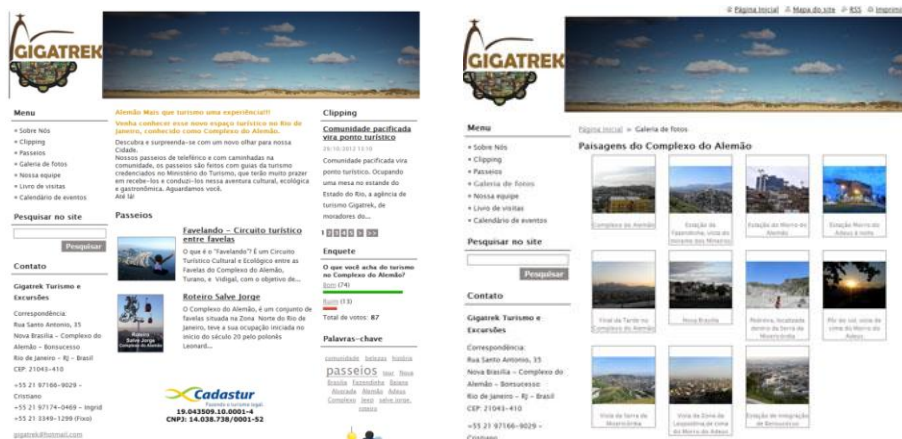


Figs. 100 e 101: Ingrid (de vermelho) e Cristiano (em primeiro plano) durante um *tour* em parceria com o Guiadas Urbanas, na Vila Cruzeiro e Penha. Na outra foto, Vilson e Karolynne Fonte: Fotos do autor, 2015.

Conheceu a Mariluce no final de 2011, durante a capacitação oferecida pelo Sebrae, e fizeram uma parceria, também junto com a agência do Cléber. Depois, diz que, com a volta da violência e outros conflitos de interesses, desfizeram a parceria. Mariluce e Cléber haviam estabelecido o melhor momento do turismo no Complexo, nos anos que vão de 2012 a 2014. Mariluce chega a dizer que, depois da Copa do Mundo de 2014, e com a volta dos conflitos armados no Alemão, desde o começo deste ano, ela percebeu que “estava zerando mesmo, e que, de turismo, a gente não ia viver mais”.

Foi Cristiano quem montou e organizou o *tour Salve Jorge*, que aparece, inclusive, como propaganda, na página de internet da sua agência¹³². Neste seu sítio eletrônico, usa como *slogan* de seus serviços a frase: *Alemão, mais que turismo uma experiência*. As redes sociais, também, aparecem como as principais mídias de divulgação da agência.

¹³² <http://www.gigatrek.com>. Acesso em 15 de janeiro de 2017.



Figs. 102 e 103: Páginas do sítio eletrônico da agência Gigatrek. A segunda, mostra as paisagens selecionadas do Complexo do Alemão: as estações do teleférico, a Nova Brasília, um pôr do sol, a Serra da Misericórdia com a pedreira. Fonte: www.gigatrek.com.br. Acesso em janeiro de 2017.

Tem contatos, e contrata guias como *freelancers*, moradores do Complexo, como a família Coutinho: Ricardo, Elisabete e Raiane. Eram estes que fornecia, em parceria, para a agência *Turismo no Alemão*, quando ela precisava de guias formados. Para Cristiano, o Carnaval de 2013 foi o auge do turismo no Alemão: “em uma semana eu ganhei o que eu não ganharia em um ano”. Logo depois disso, foi chamado para fazer um roteiro com repórteres do *Guia 4 Rodas*, que incluiu o Complexo nas suas sugestões.

Um dos *tours*, que Cristiano costumava oferecer aos turistas, tinha, como local de saída, a Praça das Nações de Bonsucesso. De lá, tomavam o teleférico na estação de Bonsucesso, desciam na estação Adeus e na Palmeiras. Das Palmeiras fazia uma caminhada, descendo pela comunidade da Alvorada, pegavam a escadaria no Largo do Samba e chegavam até a comunidade Nova Brasília. Ali visitavam a Praça do Conhecimento, a cervejaria *Estação R & R*, passavam pela loja da Silvana Bolos, pela tapioca da Rejane e por uma venda de pastéis. Numa variação deste *tour*, conhecia, também, o campo de futebol do Seu Zé.

As pizzas e os bolos da Silvana, a tapioca da Rejane, o açaí do Dimas (D & R), a lanchonete do *Big Favela* e a empadinha da Adriana, aparecem no *Guia Gastronômico de Favelas do Rio* (2012). No meu trabalho de campo, tomei o açaí do Dimas, comi o *Big Favela* (um hambúrguer-sanduíche, onde o consumidor era quem escolhia os ingredientes que quisesse), passei em frente à loja da Rejane e da Silvana e provei a cerveja “Alemão”, lançada em 2014, ano da Copa do Mundo, na *Estação R&R* (ausente no *Guia* por ter sido aberta, posteriormente). Em 2016 a Estação ainda se mantinha. A Silvana Bolos havia fechado, bem como a lanchonete *Big Favela*, cujo local foi transformado em igreja protestante. Todos estes

estabelecimentos – e mais alguns – faziam parte de um circuito gastronômico que os empreendedores ligados ao turismo buscavam promover.



Figs. 104, 105 e 106: Dimas, dono da D & C, na capa de um encarte “Zona Norte” do jornal *O Globo*: “Receita de Empreendedor”; Marcelo raos, dono da Estação R & R mostrando a cerveja *Alemão* e o local onde era a lanchonete Big Favela, transformada em Igreja Batista Renovada Monte Santo. Fonte: fotos do autor, 2014 e 2015. A foto do Marcelo e a cerveja, da internet.

Cristiano concorda que foi em 2014 que o turismo começou a empalidecer no Alemão. Atribui o fato à “volta da violência, dos tiroteios” e que, em 2016, já não fazia mais passeios com turistas pelo Complexo, “não tinha como. Você não sabe onde estão os focos dos tiroteios”. Além de ser funcionário da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, continuava envolvido com o turismo, mas, “o foco agora é tirar o morador da favela para conhecer outras áreas (...), em parceria com outras favelas, para conhecer o Estado, a Cidade e até o Brasil!”.

Durante meu trabalho de campo encontrei agências “de fora”, que levavam turistas ao Alemão. Uma delas, a *Bambui Tour*, incluía o Complexo nos seus roteiros de turismo étnico. Muito comum era encontrar, taxistas, de Copacabana, oferecendo uma visita ao Complexo do Alemão. No auge da visibilidade turística do Alemão, alguns deles, apenas para levar da zona Sul até Bonsucesso, utilizando o teleférico até o alto das Palmeiras, cobravam R\$300,00.

3.3 Roteiros comercializados e percursos alternativos no Alemão.

Cristiano Ferreira da Silva, sócio da agência *Gigatrek Adventure*, a que considera como sendo a primeira agência de turismo receptivo do Alemão, disse ter realizado o primeiro *Jeep Tour*¹³³ no Complexo. Provavelmente inspirado em outras iniciativas já existentes – e

¹³³ O *Jeep Tour* se tornou um tipo de passeio popular, especialmente entre os turistas estrangeiros, oferecido por algumas agências especializadas, caracterizado por percorrer espaços de difícil acesso e/ou voltados para a apreciação da natureza. Em geral os roteiros levam à Floresta da Tijuca, Vista Chinesa e Cachoeira da Cascatinha. Algumas agência usam o *jeep* também para entrar nas favelas que se tornaram atrativos turísticos,

polêmicas, – de se usar um carro, tipo *jeep*, para levar grupos de visitantes às favelas turísticas cariocas. O “1º Passeio de Jeep no Complexo do Alemão – Gigatrek Adventure”, como ficou chamado, andava com os turistas por ruas das comunidades, fazia paradas no entorno de algumas estações, para “apreciar a vista”, e incluía uma experiência gastronômica: feijoada na casa da Tia Beth, responsável pelo projeto *Oca dos Curumins*, que promove a alfabetização de crianças do Alemão. Uma reportagem sobre o passeio pode ser visto no *youtube*.¹³⁴ A reportagem foi feita para o programa Cidinha Livre, da TV Bandeirantes, em 09/02/2011. Nela, o Alemão é chamado de “novo ponto turístico do Rio.” Além de ter promovido o “1º Passeio de Jeep no Complexo do Alemão”, Cristiano, em entrevista que realizei no dia 11/06/2016, afirmou ter sido o criador do *tour Salve Jorge*, aproveitando a visibilidade, dada pela novela, para mostrar aos turistas, espaços do Alemão, que funcionaram como cenário para a trama. Realizei um *tour* com esse mesmo nome, em 2013, oferecido pela agência *Turismo no Alemão*. Se, tradicionalmente, os antropólogos buscaram “se afastar” identificadamente dos turistas, aqui neste momento, recorri justamente à proximidade com o turista para “entrar no morro”.

Conseguí acompanhar poucos roteiros, vendidos pelas agências “de dentro” do Alemão. Comecei meu trabalho de campo praticamente em julho de 2013 e, em 2014, vários destes *tours*, já não eram mais oferecidos – apenas para grupos específicos – por causa da volta dos conflitos armados, entre policiais e supostos bandidos. Fiz dois *tours* pela agência *Visita Guiada* e três pela *Turismo no Alemão*. Além desses, fiz um “passeio turístico pela comunidade”, oferecido, no alto da estação Palmeiras, por moto-taxistas.

Em 20/07/2013 resolvi pagar por um *tour*, no quiosque da *Visita Guiada*, localizado na estação de teleférico Bonsucesso. Ali estavam alguns jovens que eram os guias que acompanhavam os turistas. Um deles se chamava Fernando. Perguntei-lhe como era o guiamento. Ele disse que era baseado em “informações e acontecimentos.” Por “acontecimentos” ele deu como exemplo, “mostrar o local por onde os traficantes fugiram”, no episódio televisionado durante a ocupação do Complexo. O guiamento, segundo ele, passava pelas seis estações e que os guias eram moradores da comunidade. Alguns guias disseram que recebiam um salário fixo das empresas proprietárias - que não ganhavam comissão -, mas não quiseram dizer o valor.

sendo criticados por muitos, pelo *modus operandi* acabar sendo semelhante ao usado num Safári africano, para a apreciação ou caça de animais.

¹³⁴ https://www.youtube.com/watch?v=k4TKP_qp3Mk. Acesso em 17 de Junho de 2016.



Figs. 107 e 108: *Stand da Visita Guiada* com 5 guias, na estação Bonsucesso de teleférico e o movimento de visitantes nesta estação no dia 20/07/2013. Muitos eram participantes da *Jornada Mundial da Juventude (JMJ)* e iriam subir para visitar o alto das Palmeiras. Fonte: fotos do autor, 2013.

A *Visita Guiada* oferecia dois tipos de roteiros, com dois preços diferentes. Pagavam-se R\$29,00, pelo passeio de ida e volta de teleférico, passando pelas seis estações, e R\$49,00 para se ter direito a uma caminhada, por dentro da comunidade, “contando como era antes da pacificação e detalhes históricos locais.” Este último *tour* não estava registrado nos *flyers* e panfletos oferecidos como propaganda – ao menos, os a que tive acesso - pela agência.

No momento da compra do *tour*, um outro guia, o André, me informa que o teleférico já recebia mais turistas que o Pão de Açúcar. Perguntei-lhe de onde vinha essa informação. Respondeu-me que, a partir do momento em que o cartão-ingresso, para acesso ao teleférico mudou de preço e passou a custar, aos visitantes, de R\$1,00 para R\$5,00, foi possível contar os ingressos que eram vendidos para os que vierem de fora.

Comprei o *tour* de R\$29,00, (tinha a intenção de fazer o outro *tour*, de R\$49,00, mas a agência fechou antes de ter esta oportunidade), e fui informado que seu tempo de duração era de, aproximadamente, 1h. Fui sozinho já que nesse momento não havia grupos de turistas interessados. Quando cheguei, tinha acabado de sair um grupo de oito turistas maranhenses. Depois disso, não apareceu mais ninguém interessado em comprar o *tour*, apenas pessoas buscando informações sobre ele.

Meu *tour* iniciou-se às 16h15, e teve o Fernando como guia. O bilhete de entrada estava incluído no preço do guiamento. Fernando falou sobre a tecnologia e montagem do teleférico e, já dentro da gôndola, contou sobre a origem dos nomes dos principais morros que víamos: “morro do Adeus”, pois o solo não permitia a construção de muitas casas que acabavam caindo e “adeus”; “morro da Baiana”, por ter existido, no morro, uma mulher originária da Bahia, vendedora de quitutes para os moradores; “morro do Alemão pois era ali que morava o polonês-alemão; “morro do Itararé” por causa da estrada de mesmo nome. Observa uma troca de nomes, que apareceu depois da construção das estações do teleférico.

Antes, o morro do Itararé era conhecido como “morro da Alvorada”, assim como o morro das Palmeiras era conhecido como “Morrão.”

Passando pelo morro do Adeus, Fernando diz que ele não pertence ao Complexo do Alemão e que a estrada do Itararé servia de divisa entre os dois morros, do Adeus e da Baiana. Neste momento, fala que a estrada servia, também, de limite para as “facções criminosas”, por conta da rivalidade de uma com a outra. Até os moradores de um lado da estrada, não atravessavam para o outro. Este mesmo morro, diz ser o local onde são realizados os eventos no Complexo. Pedia atenção para a vista “privilegiada” que era possível atingir, desde o teleférico, ou das estações. Explica que, na estação Baiana é que fica o núcleo, o motor do teleférico e onde fica, também, o operário-cérebro da estrutura. Explica que o morro do Alemão é o mais extenso, o maior em comprimento e que por causa disso, todo o Complexo levou seu nome.

De dentro da gôndola, mostra a Vila Olímpica, na Grota onde Michael Phelps¹³⁵ havia nadado. Mostra também o prédio do Afroreggae¹³⁶. Um de seus prédios-sede havia pegado fogo, no dia 15 de julho.¹³⁷

O Fernando explica que a maior distância entre as estações está entre a estação Itararé e Palmeiras. Descemos na estação Palmeiras e logo ele mostra, pelo vidro da estação, a estrada da “fuga dos bandidos” da Vila Cruzeiro para o Alemão, durante a ocupação. Descemos de elevador para o térreo da estação e para o seu entorno, que se transformara em “área de lazer”, para os visitantes do Complexo. Ali estavam muitos turistas; as barraquinhas de artesanato da Economia Solidária¹³⁸; um artista aerografando desenhos, em blusas, para serem vendidas; os quiosques de comes e bebes; dois meninos, os irmãos Paixão, moradores da comunidade tocando violino, em troca de contribuições, e na porta da estação, o Sr. Antônio vendendo terço de fabricação própria, chamado, por ele, de “terço do Alemão.” Fernando mostra um campo de futebol do lado, contorna a estação para mostrar a vista para o bairro Engenho da Rainha, aponta o cemitério de Inhaúma e o Engenhão. Em nenhum momento, ele fez menção à igreja da Penha, que aparece, na vista, desde a gôndola do teleférico.

¹³⁵ Nadador medalhista olímpico norte-americano, que esteve no Brasil para os Jogos Pan-Americanos em 2007

¹³⁶ Uma ONG fundada em 1993, com a missão de promover a inclusão e a justiça social por meio da arte, da cultura afro-brasileira e da educação.

¹³⁷ No andar superior do prédio funcionava o escritório do jornal comunitário Voz das Comunidades, dirigido por Rene Silva.

¹³⁸ Apesar de sua definição ser objeto de disputa, a Economia Solidária pode ser considerada uma forma concreta de prática econômica e projeto de transformação social, onde predomina como princípio a solidariedade, desafiando as lógicas do capitalismo e seus valores.



Figs. 109, 110 e 111: Artista aerografando camisetas, os então meninos-violinistas Gabriel e Natanael da Paixão e o Sr Antonio dos terços com o guia Fernando, da *Visita Guiada*. Fonte: fotos do autor, 20/07/2013.

Foi nesse guiamento que conheci o Cléber Araújo, dono da agência Turismo no Alemão, e que vendia *souvenirs* e também roteiros, numa das barracas; o Marcus, que era designer e que também criava *souvenirs* com a marca “Alemão”, e a Rosângela que fabricava, entre outros, pequenos travesseiros de temas variados, incluindo o teleférico, a igreja da Penha, o Cristo Redentor e o Papa Francisco.¹³⁹



Figs. 112, 113, 114: Marcus e Rosângela nas suas barraquinhas da Economia Solidária. Logo na entrada, dentro da estação Palmeiras, havia até 2014, um quiosque dos sorvetes Kibon que patrocinava o teleférico. Esta é a razão da cor vermelha, inicialmente, das gôndolas. Fonte: fotos do autor, 20/07/2013.



Figs. 115 e 116: Almofadas feitas pela Rosângela, que também oferecia, para a comunidade, serviços de costura. Muitas das pequenas almofadas tinham como tema o Complexo do Alemão, com fotos (na maior parte das vezes

¹³⁹ Nesta época acontecia a Jornada Mundial da Juventude (JMJ) promovida pela igreja católica que teve como ponto alto a visita do Papa Francisco à cidade do Rio de Janeiro.

mostrando o teleférico) e frases como “Lembrança do Complexo do Alemão/RJ” e “Te Amo”. Fonte: fotos do autor, 18/04/2014.

O Fernando tinha apenas duas semanas de guiamento. Foi treinado pelo coordenador dos guias da *Visita Guiada*, o Alessandro, e suas informações, dizia ele, eram provenientes de sua própria vivência, ou originárias de um “livro que tem informações sobre o Complexo.”¹⁴⁰ Dizia falar inglês, “fluentemente”, e era um jovem de uns 18 a 20 anos, Ainda não apresenta muito desembaraço, para o guiamento, mas passa uma sensação de segurança, já que muitos moradores da comunidade acabam chegando perto para cumprimentá-lo. Os turistas que compram os *tours* da *Visita Guiada*, recebem um bracelete de papel do *stand*. Os guias são uniformizados, o que acaba gerando outra forma de ser visto e recebido pelos vendedores ou mesmo pelos moradores locais. Tanto Fernando, quanto alguns outros moradores, aos quais fiz perguntas, em outras visitas ao Complexo, afirmavam, sempre, que os turistas eram “muito bem-vindos” e que os moradores gostavam muito de tê-los visitando o Complexo. Eu portava um bloco de anotações e uma câmera fotográfica, e Fernando opinou que, se fosse na época das facções criminosas, eu não teria a liberdade de andar desta forma: alguém, ligado ao tráfico, indagaria o que eu estava escrevendo, fotografando, e para que ia servir. O interessante é que passei por isto, no outro ano, em um dos meus trabalhos de campo, andando sozinho na rua Sete de Setembro. Só que quem me abordou, foram os policiais da UPP...Eu e Fernando demos uma volta pelos arredores da estação Palmeiras e depois, pegamos o teleférico para voltar. A visita terminou às 17h22.

A transformação do “Complexo do Alemão”, em mercadoria, levou a uma oferta criativa de variados bens de consumo para os visitantes. Um dos grupos, que aproveitou a oportunidade, foi o dos moto-taxistas. Do lado esquerdo, da saída da estação Palmeiras, em frente à lanchonete do Dimas e do campo de futebol, alguns moto-taxistas montaram uma cobertura de telha e colocaram uma faixa oferecendo passeios turísticos. Havia dois roteiros principais: um, ida-volta, do alto das Palmeiras até a Praça do Conhecimento, e outro, ida-volta, passando pela Serra da Misericórdia. Este último tinha um preço mais elevado. No dia 21/04/2013, acabei comprando o *tour* de ida-volta até a Praça, por R\$40,00, com o moto-taxista, Isaque, que era também ator de curta-metragens. Uma das experiências, que posso descrever, como singular desse *tour*, é a descida e a subida pelas íngremes ladeiras dos morros, de motocicleta. Isaque me leva até a Praça do Conhecimento, na comunidade Nova Brasília, me apresenta a Praça e o cinema, contando como aquele espaço se transformou,

¹⁴⁰ Não tive acesso a esse livro. Ao que me parece, era uma cartilha elaborada pelo Bom Furto Turismo, responsável pela capacitação dos guias que trabalhavam no *Visita Guiada*.

urbanisticamente. Depois me leva de volta para o alto das Palmeiras. Não há espaço para muita conversa nesse tipo de *tour*, fica-se quase todo o tempo, na garupa de uma moto. Infelizmente, no dia 20/07/2013, já não havia mais os moto-taxistas oferecendo os *tours*. Nem a faixa. Perdi o contato com eles e não pude recolher maiores informações sobre essa iniciativa. É notável, como as “oportunidades” foram efêmeras, experimentais, escapando, por vezes, como no caso do moto-táxi, à pretendida capacitação pelas agências autorizadas. Foram enquadradas? Não renderam o que esperavam?



Figs. 117, 118 e 119: a cobertura ao lado do campo de futebol que oferecia passeios turísticos de moto-táxi; o autor com Isaque iniciando o tour de moto-táxi e no mesmo dia, os então meninos-violinistas Gabriel e Natanael da Paixão e o artista do aerógrafo, na área de lazer do entorno das Palmeiras. Fonte: fotos do autor, 21/04/2013.

Tendo conhecido o Cléber Araújo, marquei uma visita guiada pela agência *Turismo no Alemão*, no dia 03/08/2013. Neste momento, sua agência vendia quatro tipos de roteiros diferentes: i) o roteiro *Salve Jorge* (também chamado “roteiro Alemão Total”, para vender aos estrangeiros que não assistiram à novela), inspirado na mesma mostrando alguns dos cenários, onde foi filmada a trama; ii) um roteiro, que ia apenas da estação Palmeiras até a Itararé; iii) o roteiro *Príncipe Harry* que aproveitava o fato de o príncipe britânico ter ido ao Alemão inaugurar uma ONG, e que percorria os lugares em que ele havia estado; e, iv) um roteiro ambiental que ia até a Serra da Misericórdia. Este último ainda não havia sido colocado em prática. O que realizei foi o roteiro *Salve Jorge* (ou *Alemão Total*).

Sobre o roteiro *Salve Jorge*, a Mariluce, esposa do Cléber Araújo da *Turismo no Alemão*, fala o seguinte:

(...) quando começou a chegar as pessoas que vem pro final de ano, carnaval, aí começa de novo todo mundo a querer o roteiro da novela que é um dos roteiros principais da gente, só a diferença é que pro estrangeiro a gente vai pelo bequinho e pros brasileiros a gente passa na frente da laje da novela mas o roteiro é o mesmo...e...eles querem ver o bar da D. Diva, quer ver a casa da Morena, eu falei: gente isso

Alemão, (antiga Paraíso da Alvorada), Mariluce buscou reativar, para que funcionasse como atrativo para os visitantes.

A *Turismo no Alemão* fazia por vezes guiamento para o que eles chamaram de “grupos de incentivo”: grupos contratados por uma empresa para visitarem o Alemão. Mariluce disse que esses grupos deixavam um bom dinheiro no comércio local.

No mínimo (...) ele não gasta menos que R\$ 10.000,00 aqui dentro, porque é uma coisa que já está dentro do nosso roteiro, ele já vem com aquilo tudo comprado então menos de R\$ 10.000,00 ele não gasta. (...) fica por conta da pessoa. A única coisa que a gente inclui no preço [do roteiro] quando acorda com a gente de pegar é a passagem [do teleférico] e o guia-cicerone, o restante é por conta do turista. (04/12/2013).

Sobre o preço dos roteiros e a sua dinâmica, a Mariluce diz:

Então, o passeio dependendo por pessoa a gente cobra: se vier uma pessoa é R\$30,00, se vier 2, 3, 4 pessoas é R\$20,00, acima de 5 pessoas, a gente faz um pacote pra essas 5 pessoas, porque a gente só tira só o custo do teleférico, o custo de pagar o cicerone e a nossa taxa de manuseio que é da empresa, que é uma coisa natural que toda empresa presta pra sobreviver né? Então a gente não coloca nada de preço absurdo. A empresa ganha mesmo alguma coisa de lucro, é em cima dos grupos de incentivo, são esses grupos que a gente capta com as empresas ou com as operadoras mesmo, mas o fluxo espontâneo ou então o visitante né, morador do Rio de Janeiro a gente cobra desse jeito pra não ficar pesado porque a gente sabe que a maioria das pessoas que frequentam aqui, são pessoas que moram no Rio, que não são de poder aquisitivo muito alto, mas que gostam de vir no final de semana pra trazer a família, pra visitar o teleférico, vem um parente de longe aí “Ah, vamos lá no teleférico” então essas pessoas eu não posso ficar cobrando R\$50,00, R\$100,00 porque elas não tem condição de pagar então a gente criou esse preço que é uma tabela promocional, mas que a gente trabalha com essa tabela o ano todo e até hoje não teve prejuízo porque não é produto, é serviço. Então num serviço se você calcular bem os custos você não toma prejuízo. (...) O caminho do príncipe, geralmente, ele é comercializado só pra ingleses, então ele não tem um formato de preço de mercado que é esse preço promocional que a gente faz. Esse a gente já faz uma cotização com uma tabela mais alta porque a gente bota a contribuição que vai pra Educap que é a ONG lá do outro lado que cuida daquela área da Canitar. Então sempre que a gente faz esses passeios a gente avisa “ô, caminho do príncipe só pode ser acima de tantos visitantes” pra gente poder fazer um pacote e tirar uma porcentagem pra tá ajudando no projeto social que tem lá na Educap. (04/12/2013).

Na entrevista com a Mariluce, dia 04/12/2013, ela afirma que o preço, cobrado pelos *tours*, é o mesmo para, o estrangeiro e para o brasileiro. Fala que o interesse maior é fazer com que as pessoas conheçam as comunidades, e depois, mostra que essa, também, é uma atitude política:

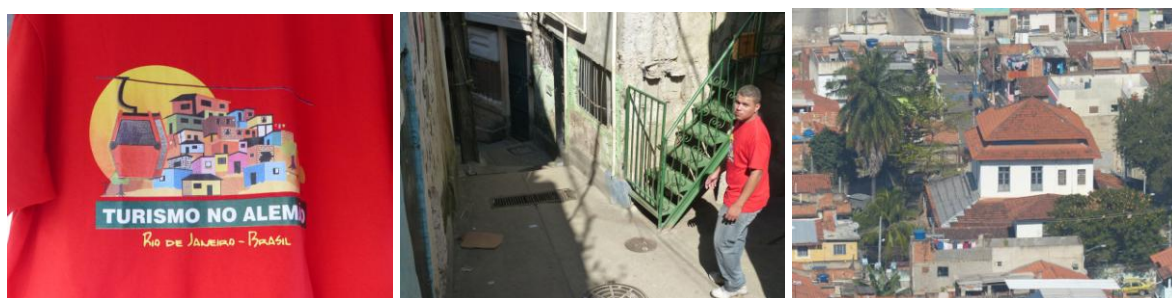
A gente colocou o mesmo preço pra não ter dor de cabeça, entendeu, porque ai, depois pode acontecer de falar assim “ah, o meu amigo é estrangeiro você cobrou R\$50,00, eu vim agora você tá me cobrando R\$30,00?”. Então pra não ter dor de cabeça e discussão a gente resolveu botar uma tabela só né, e...ah...eles é que vão divulgar o nosso produto. É o gringo que vai vir, a pessoa que vai vir é que vai falar por parente que é bom, vai recomendar e outras pessoas vão vir. O nosso interesse maior é que as pessoas venham e desçam a comunidade, vejam como realmente é a vida lá embaixo, que não é toda aquela coisa bonita que aparece na televisão, todo novo, tudo mil maravilhas, porque quando o turista começar a passar, vai incomodar o poder público e eles vão ser obrigados a fazer aquilo que eles prometeram e não fizeram até hoje e é isso que a gente quer, tá bom? (04/12/2013).

Interessante notar, que Mariluce vê o turismo como modo de pressão para a resolução de problemas locais, de saneamento básico. Conta, com a manifestação dos visitantes, para reivindicações e providências. Indica, também, como o turismo, paradoxalmente, “incomoda o poder público”, na medida em que mostra outros lados da favela os quais não combinam com a nova urbanização, espetacularizada, através do teleférico. O turista, de certo modo, é o “olho desarmado de fora” que avalia as iniciativas e os serviços do Estado.

O preço do *tour* com o Cléber foi de R\$50,00. Pelo telefone, ele diz que seriam duas horas de visita por dentro da comunidade com um almoço, no final. Tive uma hora de guiamento, porém, sem almoço. Diz, ainda, que utiliza guias e cicerones, (jovens, que não são guias formados, mas que acompanham turistas), todos moradores do Complexo, e que era o “único” que realizava roteiros por dentro da comunidade, contrapondo-se ao *tour* feito pelo teleférico da *Visita Guiada*. Meu *tour* estava marcado para as 10h00.

Próximo deste horário, eu estava na estação, onde um jovem de 20 anos, chamado Anderson, vestido com uma blusa vermelha e o logotipo da agência *Turismo no Alemão*, me recebeu. Pegamos o teleférico em direção a estação Palmeiras, para encontrar com o Cléber. No caminho, Anderson me falou que a agência era legalizada, e comenta alguma coisa sobre a comunidade. O roteiro só iria acontecer, a partir da estação Palmeiras. Cléber me recebe, em

sua barraca, nas Palmeiras, de maneira hospitaleira, entusiasmada e simpática. Neste mesmo momento, um casal de turistas está comprando *souvenirs* da barraca e, se informando dos serviços que o Cléber oferece. Ele mostra fotos de grupos, que já foram guiados pela sua equipe, diz que já fizeram reportagens com eles, pelo canal *Discovery*, pela *GloboNews* e me dá uma camisa, idêntica à usada por Anderson, com a logomarca da agência, sugerindo que eu vestisse para realizar o *tour*, e, também, como uma forma de divulgar o seu trabalho. A camisa serve para me identificar, como turista. Ele agradece por eu estar fazendo o *tour* com ele, e se sente orgulhoso com a visita.



Figs: 121, 122 e 123: Parte da frente da camisa ofertada pelo Cleber para a realização do tour; o guia Anderson guiando pelas ruelas das comunidades e o Casarão Cultural visto do alto das Palmeiras. Fonte: Fotos do autor, 03/08/2013.

Anderson começa o *tour*, mostrando-me a parte de trás da estação Palmeiras. Aponta a comunidade das Casinhas, Engenho da Rainha, Inhaúma e o cemitério. Pergunto-lhe sobre uma casa grande, de arquitetura mais colonial, que podia ser avistada na comunidade Casinhas. Ele afirma que era a casa da Carlota Joaquina e que, hoje, é um centro cultural, chamado “Casarão Cultural”. Sugere que eu tire foto da vista. E fala que eu vou poder fotografar à vontade, mas em alguns lugares, vai me avisar que o melhor é não fotografar. Diz que há pessoas que não gostam de ser fotografadas, pois estão envolvidas com o tráfico. “O máximo que a gente puder entrar em sintonia com essas pessoas, melhor será para o nosso trabalho também.” Um dos lugares, a que ele se referiu, era o Inferno Verde. Saberia disso, depois. Ainda lá em cima, atrás da estação das Palmeiras, duas moças, turistas, pedem para o Anderson tirar uma foto delas. Uma delas é uma mexicana, participante da Jornada Mundial da Juventude (JMJ), já terminada, mas ela ainda estava na cidade e, hospedada na casa de uma moradora da comunidade.

Fiz o *tour* sozinho, acompanhado pelo Anderson. Descemos, um pouco, por um caminho que levava a um beco de uma das comunidades. Anderson sempre sugere que eu tire fotos. Numa das ruelas, Mostra-me as duas casas, que haviam sido alugadas para servirem

como um dos cenários das personagens Maria Vanúbia e o Pescoço, da novela *Salve Jorge*. Informa que a intérprete, Roberta Rodrigues, era moradora do Vidigal e, que foi ser atriz, a partir da escola “Nós do Morro.” E me aponta o itinerário: “vamos descer aqui, sair ali, passar por lá...”.



Figs. 124 e 125. As duas casas que serviram como cenário para algumas cenas do Pescoço e Maria Vanúbia na novela *Salve Jorge* e o caminho de descida, perto do Barraco#55, em direção à Nova Brasília. Fonte: Fotos do autor, 03/08/2013.

Em determinado momento, Anderson mostra o caminho por onde os traficantes fugiram da Vila Cruzeiro para o Alemão. O Alemão era o quartel-general do Comando Vermelho: “tudo tinha que passar por aqui; o conselho era aqui; a alta cúpula vinha se reunir aqui”. No chamado Campo do Seu Zé, (que ele me mostrou de cima, na gôndola do teleférico), os integrantes do Comando jogavam campeonatos de futebol. Pelo caminho, encontramos muitos cavalos soltos. Ele diz que são de particulares, mas que são maltratados.

Mostra a construção de uma laje e fala que, em geral, todo mundo se junta pra ajudar a construir uma laje de morador e que no final da empreitada, comemora-se na laje, com feijoada e a cerveja para quem ajudou.

Indica um lugar onde “rolava um pega de carro”, uma quadra de futebol, uma construção (Educap) na qual o príncipe Harry da Inglaterra inaugurou uma ONG, e explica sobre a entrega de cartas nas comunidades: vão primeiro, para a associação de moradores, e esta, se encarrega de entregar a cada comunidade. Aponta a rua que em ele mora, alguns locais onde acontecem bailes *funk*: “é o único local que o pessoal tema para se distrair”. Eu pergunto se o som alto não incomodava e ele responde que não, “a maioria está acostumada. Só o pessoal que acorda cedo para trabalhar, que se incomoda.” A UPP obrigou os bailes *funk* a terminarem às 2h00 da manhã. Antes, ele diz, este era o horário de começarem os bailes.

Passamos pelo Barraco#55, propriedade do Eddu Grau; é o que podemos considerar como único meio de hospedagem, que conheci no Alemão. Mesmo assim, turistas de lazer não eram muito bem-vindos. O público que Eddu recebia, era, em sua maioria, estrangeiros, que queriam morar, na comunidade, para fazer algum tipo de estudo, pesquisa ou realizar algum projeto.

O projeto de *homestay*¹⁴¹, do Barraco#55 nasceu em Amsterdã em 2009, mas antes, Eddu já recebia pessoas na casa de sua mãe. Do dinheiro recebido pela hospedagem, uma parte fica para o Eddu, para manter o Barraco#55, e outra vai para os projetos culturais, que organiza. Numa conversa que tive com o Eddu e sua esposa, Ellen Slais, comentam sobre a qualificação que era oferecida pela Ceinha: “não deram certo. Só dois guias fizeram os cursos de inglês, francês, e se tornaram “políglotas”. Os professores não apareciam, o dinheiro não chegava”(26/04/2014). Com o fechamento do *stand* da *Visita Guiada*, Eddu diz que tentou reativá-lo, como iniciativa coletiva. Pretendiam “linkar” empresas e instituições do Complexo para trabalharem juntos. Sobre as políticas de turismo que surgiram no Alemão, ele faz uma forte crítica, especialmente sobre o Sebrae: *políticas de turismo não ajudaram em nada. O Sebrae “foi uma cagada só”, não fizeram ligação com o governo, com a prefeitura, não facilitaram alvarás, nada...O Sebrae não foi o mediador para os outros lugares. Só sabem arrancar dinheiro do governo (26/04/2014)*. Eddu também é cantor, e tem uma música na trilha sonora da novela *Salve Jorge*. Aparece também dando depoimentos no documentário *5xPacificação*.¹⁴²

¹⁴¹ *Homestay* é uma forma popular de hospedagem onde os visitantes ficam em casas ou apartamentos de moradores locais. No caso do Barraco#55, o público-alvo principal eram estudantes ou pesquisadores. O projeto é tocado em parceria com a esposa do Eduu, Ellen, antropóloga holandesa que ouviu falar do projeto da UPP quando estava na Amazônia. Escolheu então pesquisar o Complexo pela presença do exército e por existirem, segundo ela, poucos pesquisadores ali. Iniciou o projeto do *hostel- homestay* com o Eddu , e ambos “não queriam explorar as pessoas”.

¹⁴² Direção de Luciano Vidigal, Cadu Barcelos, Rodrigo Felha e Wagner Novais, lançado em 2012.

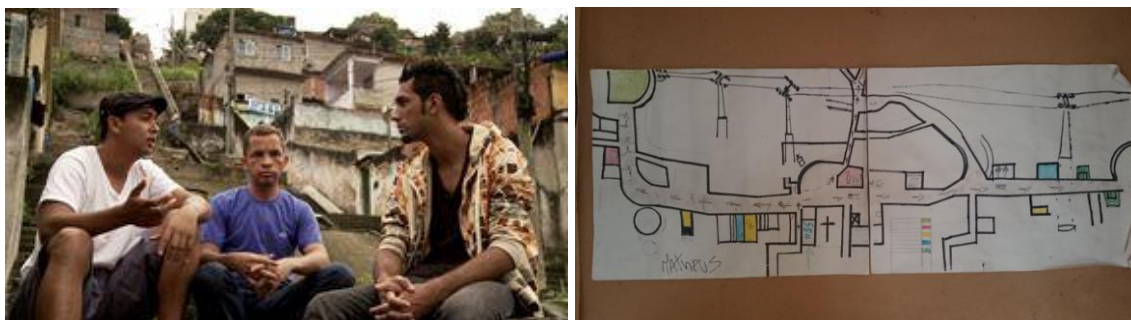


Fig. 126 e 127. Eddu Grau (de branco) em cena do documentário *5x Pacificação* e o mapa de uma parte do Complexo, desenhada por hóspedes do Barraco#55 para se orientarem. Fonte: Imagem da internet e foto do autor, 2015.

Continuando, com o *tour*, em frente ao Barraco#55 havia uma mesa de *ping-pong*. Anderson diz que este era um lugar de lazer do pessoal daquela comunidade. Os policiais insistiam em jogar a mesa, morro abaixo, sendo ela recuperada pelos moradores, no dia seguinte. Das proximidades da estação Itararé, pegamos uma ladeira e descemos em direção à comunidade Nova Brasília. No caminho Anderson sugere que eu tire uma foto de dois garotos soltando pipa. Diz que também ele solta pipa; que o pessoal das comunidades, gosta muito de soltar pipa, e vai pulando, de uma laje a outra, soltando pipa. Pergunto se o pessoal faz churrasco na laje, e quando. Ele diz que é mais no sábado e no domingo. Mas diz que não está tendo porque o pessoal, a maioria, está ainda dormindo. “Ficaram até tarde nos bailes *funk* e só vão acordar meio-dia. Daí vão para o supermercado comprar cerveja, carne, etc”.

Chegando à Nova Brasília, afirma que ali o comércio é que é o forte. Pela primeira vez visito a Praça do Conhecimento. Assevera, ainda, que um baile *funk* acontece ali, na sexta-feira, e que a Praça acabou de abrir. Informa que ali, no prédio da Praça, são oferecidos cursos para os moradores e, que do lado, há um cinema, cuja entrada custa R\$4,50. Dentro do prédio, crianças jogam videogame e há uma exposição de pintura. Anderson mostra o comércio da Nova Brasília. Entramos num supermercado, passamos por dentro até chegar ao outro lado, numa outra rua. Ali, num espaço construído, a partir de um loteamento, acrescenta que é a “parte mais nobre” da Nova Brasília. Passamos pela loja da Silvana Bolos e chegamos à porta da Estação R&R, que pelo horário, estava fechada. Anderson pergunta se eu quero tirar foto da fachada. A Estação é frequentada por moradores da comunidade, e também por pessoas de outros bairros. Na porta da Estação, o *tour* terminara. Pergunto sobre o almoço, mas que ele diz que o Cléber não havia orientado uma parada para almoçar. Eu havia ganhado uma blusa, o que foi uma surpresa.



Figs. 128 e 129: Comércio na rua principal da Nova Brasília e a fachada da Estação R&R que em 2014 lançaria a cerveja “Alemão”, de fabricação própria. Fonte: Fotos do autor, 03/08/2013.

Neste mesmo dia, 03/08/2013, resolvi fazer outro *tour* com a *Visita Guiada*. Iniciei às 13h15 e meu guia, nesse dia, foi o André, também morador do Alemão. Neste *tour*, havia dois turistas do nordeste formando um grupo.

A semelhança com o *tour* do Fernando é grande¹⁴³: começa falando da engenharia do teleférico, da origem do nome dos morros, e tem uma maneira mais espontânea de guiar, talvez, por parecer mais velho. As diferenças, que podem ser apontadas, são a ênfase que deu, na disputa entre as facções do Comando Vermelho e do Terceiro Comando, pelas comunidades, e a descida, na estação Itararé, antes de chegar à das Palmeiras, onde mostra o caminho da fuga dos bandidos e aponta um lugar, na Serra da Misericórdia, onde Tim Lopes havia sido morto e incinerado, (o “forno microondas”). A ênfase do André foi, justamente, nos conflitos entre facções e policiais, e em todas as histórias relacionadas com a violência no Complexo. Cita o Campo do Seu Zé e o campo do Sargento, fala da área de loteamento da Nova Brasília, também como a “área nobre” do Complexo, da visita do príncipe Harry, dos bairros adjacentes, das histórias do Tim Lopes, investigando as comunidades, da mesa de *ping-pong*. Reclama da “ordem” que a UPP impôs às comunidades, acabando mais cedo com os bailes *funk*, pedindo para abaixarem o som. “O problema não eram os traficantes. Para os moradores, ninguém ligava. O problema era quando a polícia invadia o morro e havia, então, o tiroteio”, diz ele. “Não se noticia aquilo que baixa o moral da tropa [das UPPs, da polícia]. O caveirão já foi furado por armas dos traficantes e, isso, não é dito.” O tom me pareceu muito com o do guia do *tour* Pablo Escobar (Capítulo 4), que deixava sempre no ar, uma certa sensação de defesa daquele que é oficialmente tido, como o desviante.

¹⁴³ O Alessandro, coordenador dos guias, orienta mesmo que os guiamentos tenham uma pauta mais marcada e menos flexível.

Nos dias 03 e 04/12/2013 participei de *tours* pelo Turismo do Alemão, levando junto alunos da UNIRIO. No dia 03 foram três alunos e no dia 04, aproximadamente, 20 alunos. O primeiro *tour* foi guiado, novamente pelo Anderson e o segundo pela esposa do Cléber Araújo, a Mariluce (Maria Mariá). Nós nos encontramos com o Anderson, no alto das Palmeiras e realizamos o mesmo percurso, que eu fizera com ele, sozinho: o roteiro *Salve Jorge/Alemão Total*. Ao chegar próximo à casa que serviu de cenário para os personagens Maria Vanúbia e o Pescoço, Anderson conta que, ali perto, também foi o local onde a cantora Valesca Popozuda tirou fotos para uma revista masculina, de nudismo. Lembra-se da mesa de *ping-pong* e acrescenta que ela tinha sido quebrada pelos policiais. Volta a se referir à novela *Salve Jorge*, dizendo que a personagem Lurdinha, (atriz Bruna Marquezine), aparecia tomando banho na laje, que a locação era no morro do Adeus, e que a festa da escola de samba, que apareceu na novela, foi gravada no morro do Alemão, perto da laje do Instituto Raízes em Movimento. Para Anderson, o teleférico é mais usado por turistas, do que pelos moradores e que, no feriado de 15 de novembro, o Complexo havia recebido 15 mil turistas. Neste período, o *stand* da *Visita Guiada* já não existia mais na estação Bonsucesso. Eu pergunto o que tinha acontecido e, neste momento, o Anderson faz um discurso político dizendo que “acabou por causa do Governo do Estado, que não quer turismo nas comunidades.” Este é um discurso que está sempre presente nas falas do Cléber de Araújo¹⁴⁴.

O percurso é o mesmo até chegar à Nova Brasília. Anderson explica que o nome das ruas ali, é inspirado na Copa do México de 1970. Assim como no *tour*, que fiz sozinho, ele termina o roteiro ali, nos arredores da Nova Brasília. O curioso desta vez foi que, ainda na Nova Brasília, fui fotografar o restaurante o *Brazilletto*. Ele havia sido aberto, recentemente, e o proprietário era um *chef* de cozinha, que havia trabalhado no Hotel Copacabana Palace. Era especializado em cozinha italiana, mas estava fechado no horário da chegada. Ao lado, havia uma loja de venda de bolos, que também era nova. A questão é que, quando o dono da loja de bolos me viu fotografando, correu na minha direção perguntando agressivamente: “por que está fotografando a minha loja?” Disse que não era a loja dele, mas a do lado, que estava fechada. Ele respondeu que se eu quero fotografar, devo perguntar se posso. Neste episódio, o olhar do turista que fotografa, foi considerado um olhar invasor. Era o primeiro incidente, desse tipo, nas minhas visitas e fotografias, no Alemão. O que se pode inferir deste fato é que alguns moradores, mesmo aqueles que pertenciam ao espaço turístico, construído pelos roteiros, não haviam ainda se acostumado ou entendido o que era um grupo de turistas,

¹⁴⁴ Conforme pode ser observado no subcapítulo sobre as agências no Alemão.

visitando, mesmo tendo o Anderson, do lado, usando a blusa vermelha da agência *Turismo no Alemão*. Outra reflexão sobre o ocorrido, parte do próprio Anderson, comentando depois a situação; Muitas pessoas ali, no Complexo, abrem comércio ilegal, e por isso ficam com medo de serem denunciados. Segundo ele, pode ter sido o caso da loja de bolos.



Figs. 130 e 131: Fachada da loja de bolos com o dono da loja na porta observando e a fachada do restaurante Brazilletto do lado. Fonte: Fotos do autor, 03/12/2013.

O *tour* do dia 04 com mais alunos participando, teve a mesmo roteiro e foi guiado pela Mariluce que concedeu uma entrevista ao grupo antes de iniciar o passeio. No dia 25/10/2013 a agência *Visita Guiada* já havia encerrado suas atividades e no começo de 2014, apareceram nos jornais – impresso e televisivo – notícias da volta de conflitos armados, entre bandidos e policiais, em áreas do Complexo. A partir daí, a *Turismo no Alemão* suspendeu vários de seus guiamentos, por dentro das comunidades. Apenas alguns grupos grandes, em geral estrangeiros, eram atendidos, mesmo, assim, quando não havia riscos.



Figs. 132, 133 e 134: turma de alunos da UNIRIO passando em frente ao prédio da UPP no alto das Palmeiras; turando fotografia no gradil com o teleférico de fundo e na descida para a Nova Brasília. Nesta descida, uma das alunas comprou um sacolé que era vendido numa das casas. Terminado o *tour*, a Mariluce teve a ideia de conversar com a dona da casa para propor uma parceria de venda de sacolés nos *tours* que ela realizava. Infelizmente um tempo depois, Mariluce disse que a parceira não deu certo pois a dona da casa não queria ficar presa a esta obrigação. Fonte: Fotos do autor, 04/08/2013.

Usando o material colhido nesses *tours*, considero que os trajetos e itinerários oferecidos e realizados, por estas agências de turismo locais, construíram uma determinada

lógica de conhecimento do complexo de favelas e uma determinada representação do lugar para o visitante. Utilizando teorias sobre as práticas de espaço de Michel de Certeau, as categorias *pedaço, mancha e trajeto* de José Guilherme Magnani, e proposições sobre mapas e caminhos de Tim Ingold, pensei sobre a construção de um espaço - seguro e controlado - através dos trajetos realizados pelo turista e, a partir das falas dos guias locais que direcionam olhares e impressões, construindo uma determinada “realidade turística”.

Se observarmos a produção acadêmica do turismo, vemos que poucos são os trabalhos que buscam refletir sobre “roteiro turístico.” Para tratar de roteiros dentro da literatura do turismo, utilizo aqui a apostila do *Programa de Regionalização do Turismo*¹⁴⁵, *módulo 7: Roteirização Turística* (2007), o livro de Bahl *Viagens e Roteiros Turísticos* (2004) e os artigos de Gisne e Gastal (2009, 2011). O Programa de Regionalização define roteiro turístico como:

um itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística das localidades que formam o roteiro. (...) Sua correta implementação pode contribuir para o aumento do fluxo de turistas para um determinado destino, assim como para aumentar seu tempo de permanência e os gastos que realizam. (pág. 13).

Ainda segundo o Programa, a roteirização *confere realidade turística aos atrativos que estão dispersos através de sua integração e organização*. O módulo operacional orienta que para se produzir um roteiro são, primeiramente, levantadas potencialidades turísticas locais e, a partir de alguma delas, traçado um itinerário, um trajeto que é oferecido comercialmente ao turista. Bahl (2004, pág. 52) afirma que existiria uma “gama de criação de roteiros e programações turísticas, baseando-se na criatividade para a proposição de novos produtos, como objetivo; e a comercialização, como fim”.

Contudo, existem vários termos e conceitos, quando falamos de “roteiros turísticos”. Cisne e Gastal (2009) elencam, pelo menos, quatro termos relacionados a “roteiro” que poderiam, inclusive, segundo as autoras, serem utilizados como, sinônimos ou complementares. São eles: circuito, excursão, itinerário e pacote turístico. Citando Tavares¹⁴⁶, as autoras afirmam que a nomenclatura mais utilizada para “roteiro turístico”, é aquela

¹⁴⁵ O Programa é uma campanha nacional, encampada pelo Ministério do Turismo, em prol de uma estruturação integrada dos produtos e serviços turísticos do país, com o objetivo de criar produtos unificados através de roteiros regionais facilitando a divulgação, agregando valor aos produtos e, principalmente, oportunizando roteiros diversos aos turistas.

¹⁴⁶ TAVARES, A. de M. *City Tour*. São Paulo: Aleph, 2002.

concernente ou relativa a caminho, trajeto, percurso. Já “itinerário” seriam os *caminhos*, podendo ser também a descrição de uma viagem: um roteiro; o caminho a percorrer, ou percorrido; o trajeto.¹⁴⁷ Não pretendo aqui discutir o devido uso destes termos, ou suas possíveis diferenças de significado. O que desejo frisar é que este trajeto, itinerário ou roteiro, produz, constrói, para o turista, uma determinada lógica, um determinado espaço e uma determinada identidade na percepção do lugar visitado. Para isso, faço uma aproximação destas hipóteses com as reflexões de Michel de Certeau, Tim Ingold e José Guilherme Magnani.

Para De Certeau, são “os jogos dos passos [que] moldam espaços. Tecem os lugares”, espacializam. A rua é transformada em espaço pelo pedestre (1994, pág.177-176). Assim, O processo de caminhar pode ser associado à construção de um mapa urbano, onde os passos transcrevem os traços e as trajetórias desse mapa. Em *Enunciações Pedestres*, ele nos diz que no ato de caminhar – e faço, aqui, correspondência à caminhada dos visitantes, que seguem os roteiros oferecidos pelas agências locais, guiados por moradores locais, por comunidades do Complexo do Alemão – o pedestre se apropria do sistema topográfico e organiza um conjunto, tanto de possibilidades – os locais em que são permitidos circular, – como de proibições – os limites que indicam aonde ele não pode ir. Certamente as agências do Alemão, ao criarem seus roteiros, selecionam, criam uma ordem de caminhada, e de significados, que será apresentada ao visitante. O roteiro-caminhada tem seus pontos principais, de apoio, no que se julga particular ou extraordinário, no Complexo, e sobretudo o que o tornou referência na mídia, e em que quer ser reconhecido pelos visitantes: isto será apresentado ao visitante. O roteiro cria desvios, atalhos e interditos. Já o discurso do guia local sobre o lugar, seria de um organizador do espaço.

De Certeau¹⁴⁸ nos fala que os relatos atravessam e organizam lugares; selecionam e reúnem os espaços, num só conjunto, deles fazendo itinerários. O relato não apenas constitui um “suplemento” ao ato de caminhar, mas, organiza e dá sentido a esta caminhada. Assim como o jogo dos passos, como percurso, o relato também transforma lugares em espaços, demarca, estabelece fronteiras e cria limites. A partir daqui, podemos afirmar que será um determinado espaço, ou noção de espaço, que será apreendido pelo visitante realizador do roteiro.

Ingold (2005), também nos traz boas reflexões para este tema, ao pensar linhas, mapas e descobridores de caminhos. Ingold é um antropólogo britânico que valoriza questões

¹⁴⁷ Dicionário Aurélio, Curitiba: Positivo, 2007.

¹⁴⁸ Terceira Parte, Capítulo IX.

pensadas, a partir do sujeito e de seu ambiente. Uma das suas ideias, úteis para a reflexão do nosso tema, é a de que o nosso conhecimento do ambiente é baseado em práticas locais. “Nós conhecemos enquanto caminhamos, de lugar para lugar” (2005:89-90). Ele afirma que são, nos movimentos de idas e vindas, que as pessoas desenvolvem um conhecimento do seu ambiente. Conhecemos *enquanto* caminhamos. O visitante-turista mapeia, enquanto caminha, e a estrutura do ambiente sendo, progressivamente, revelada. A rota é lembrada como uma sequência, temporalmente, ordenada. Seguindo essas ideias, podemos dizer que é no movimento, no caminho e no caminhar, que o visitante percorre um itinerário turístico comercial. É nesse movimento que se dará, para ele, a construção da “favela”, enquanto espaço, identidade e percepção.

Com o guia da *Visita Guiada*, apenas percorro o entorno da estação Palmeiras, ouvindo histórias sobre as barracas de artesanato, de alguns locais que podem ser avistados, lá do alto - como o Estádio Olímpico João Havelange (Engenhão) e o cemitério de Inhaúma -, retornando depois para a gôndola do teleférico e descendo de volta à estação Bonsucesso. Vários são os relatos, feitos pelo guia, nesse caminho. Com o guia da *Turismo no Alemão*, desço ladeiras, passo por becos e percorro trechos, de algumas comunidades, até a chegada ao centro de comércio da comunidade Nova Brasília onde o *tour* acaba. Ambos os guias fazem suas explanações sobre as comunidades, sobre suas vidas, sobre a condição de ser morador de favela. Dão explicações, apontam lugares, buscam valorizar, positivamente, o espaço visitado. Mencionam, em vários momentos, as facções criminosas, que antes controlavam o complexo de favelas, os lugares, que eram dominados pelos traficantes, as disputas entre as facções rivais, apontando lugares do testemunho dessa memória, e contando histórias relacionadas a essas organizações: o local onde faziam o campeonato de futebol, as festas e os “pegas” de carro. Sinalizam o caminho, de onde os traficantes fugiram da Vila Cruzeiro (durante a ocupação) e aonde o jornalista Tim Lopes, foi morto. Nenhum dos dois guias fala, ou exalta a instalação das UPPs. Este é, no entanto, um marco temporal importante que materializa a passagem do **antes** (o espaço dominado pelo tráfico) - para o **agora**, (dominado pela polícia) e aberto ao turismo.

Existe, portanto, uma construção de espaços, através do roteiro: tanto aqueles construídos pelos guias locais, nos seus relatos, na sua organização e na seleção de lugares, quanto os construídos pelos visitantes, do “conhecimento” sobre a favela, através da prática do itinerário. Ou ainda, usando o termo da apostila do Programa de Regionalização, a apreensão da “realidade turística” do lugar visitado.

Uma outra reflexão diz respeito aos espaços visitados, na favela, e suas relações, tanto com os visitantes, quanto com os visitados. Podemos dizer, utilizando as categorias desenvolvidas por Magnani (1993), que os guias locais estão em trânsito por *pedaços, manchas e trajetos*, familiares para os moradores, ao passo que os visitantes estão buscando construir, se familiarizar, e conhecer esses espaços. No uso e apropriação de um mesmo território por vários grupos, gente de diferentes origens e estilos de vida, compartilham, mesmo que a contragosto, o mesmo espaço. Essa apropriação precisa ser, então, negociada (1993, pág. 194). A diferença é, muitas vezes, experimentada pelo visitante, como um gracejo, uma brincadeira, uma curiosidade, uma pergunta, uma simpatia, uma tentativa de aproximação, uma rejeição ou uma hostilidade, por parte dos moradores. Todo lugar, fora do pedaço, é aquela parte desconhecida do mapa e, portanto, um potencial lugar do perigo. Certamente a “ocupação” dos espaços, constituídos pela comunidade e pelo visitante, enquanto realiza o roteiro, é negociada. Cabe identificar, quais são os termos dessa negociação. Envolvem acertos, com os moradores e com aqueles que controlam a circulação no pedaço. Arrisco dizer que o itinerário do roteiro comercializado, forma uma “mancha”, (a mancha dos visitantes), já que foi construído pelo guia local -, em cujo espaço se forma um trajeto que une pontos complementares, alternativos ou antagônicos da paisagem urbana.

Para finalizar, gostaria de registrar, aqui, percursos alternativos, como propostas de visitação. Um deles, realizei acompanhado por François Camargo, morador dos arredores do morro do Adeus, e por Marcus, membro da Associação de Moradores da Grotta. Mesmo morando nas proximidades do Adeus, François, que conheci quando da realização do 1º Fórum de Turismo da Rocinha, achou, por bem, levar alguém que fosse mais conhecido nas comunidades, que iríamos conhecer, do que me levar sozinho. Eu havia dito ao François, quando o conheci na Rocinha, que gostaria de conhecer mais o Alemão. Ele, então, me propôs essa visita alternativa, e mais “espontânea” que os *tours* comerciais, realizados pelas agências. François participa da CONTUR e ajuda o amigo, Ailton Macarrão, na promoção do turismo na Rocinha. Por ser proprietário de algumas casas de aluguel, no morro do Adeus, ele tem interesse na promoção do turismo, também, no Alemão.

As escolhas de François sobre o que mostrar no Alemão, nos levaram a uma área, considerada ecológica, no alto da Serra da Misericórdia. Subimos a pé, alguns morros, e a paisagem começou a se modificar. Tornou-se menos urbanizada, com características do ambiente rural, com vegetação selvagem e casas, com espaços para a criação de animais, como galinhas e cavalos. Bem no alto, próximo ao projeto de uma pista de *bikecross* e de um

parque ecológico, passamos por pequenas estações de UPPs, de onde os policiais nos saudaram. Passamos por um cruzeiro, colocado ali no alto, pela paróquia de São Sebastião, na Pedra do Sapo.¹⁴⁹ Chegamos a um espaço, formado por montes de terra, que François diz fazer parte de um projeto envolvendo a CUFA, (que tinha uma casa perto), a Light e a Vivo¹⁵⁰, projeto que foi, posteriormente, abandonada. François lamenta o gasto financeiro realizado ali, inclusive com a construção de mesas e bancos de concreto, dando a impressão de que aquele espaço havia sido planejado, como área de lazer esportivo, para o Complexo. O Parque Urbano da Serra da Misericórdia, era um projeto de 2013. Uma parceria entre o Governo Federal e a Prefeitura do Rio de Janeiro que teve um investimento de R\$ 15 milhões.



Figs. 135, 136 e 137. François Camargo (esq.) e Marcus (dir.) no alto da Serra da Misericórdia com a visão da estação Palmeiras ao fundo; o cruzeiro que aparece no documentário *Tim Lopes: histórias de arcanjo* (2014) e a pista de *bikecross* abandonada. Fonte: Fotos do autor, 20/04/2015.

Apontando o centro da pista de *bikecross*, François afirma ter sido ali o lugar em que o jornalista Tim Lopes havia sido queimado. Seguimos uma estrada de terra, que entrava numa área mais arborizada. Esta, François diz ser uma parte da reserva ecológica da Serra da Misericórdia. Ele insiste em me mostrar um lago com um cercado de bambu, dentro dessa área ecológica, idealizando que, ali, se poderia pensar em criar iniciativas de “pesque-e-pague”, para visitantes. E fala, também, que ali haviam sido planejadas trilhas para bicicletas. Fomos até a ponta de uma pedra para observar a pedreira, que a empresa Lafarge¹⁵¹ explora. De lá se observam a Vila Cruzeiro e o Complexo da Penha.

¹⁴⁹ Tim Lopes havia sido queimado na parte que era então a pista de *bikecross*. Neste cruzeiro seu filho, no documentário *Histórias de Arcanjo*, aparecia sentado meditando sobre a morte do pai.

¹⁵⁰ Central Única de Favelas (CUFA), empresa de geração, distribuição e comercialização de energia elétrica do Rio de Janeiro (Light) e operadora telefônica (Vivo).

¹⁵¹ A *Lafarge* é uma empresa de cimentos francesa, segunda maior do mundo, que está no Brasil desde 1960. Existem críticas quanto a exploração desta pedreira por moradores do Alemão.



Figs. 138, 139 e 140. François Camargo no lago da área ecológica; fachada da EDUCAP e fachada do Casarão Cultural. Fonte: fotos do autor, 20/04/2015.

É no final dessa estrada de terra que chegamos à famosa estrada, de uso comum de traficantes, por onde os “bandidos” fugiram da Vila Cruzeiro para o Alemão, durante a operação no Complexo da Penha. Mostra postes de luz, furados, e diz que foram de balas das armas dos traficantes, que treinavam tiro ao alvo, quando por ali passavam. Do alto da Serra, apreciamos uma vista do morro das Palmeiras e descemos até a comunidade das Casinhas, passando pelo prédio da EDUCAP, utilizado pelo Sebrae, em alguns de seus “treinamentos” para moradores da comunidade. Nas Casinhas visitamos, por fora, o Casarão Cultural, elencado como um dos atrativos do Complexo, pelo estudo de Potencialidades Turísticas do Sebrae. O Casarão estava fechado. Alguns garotos que estavam por perto, pedem que os fotografe. Tomamos um moto-táxi e fomos dali parando na rua Dois do Complexo. Desta, descemos, a pé, até a Associação de Moradores da Grotta, onde Marcus ficou, terminando a visita.



Figs. 141, 142 e 143: Parte da estrada da “fuga dos bandidos”; um dos postes de luz da estrada “furado” e pátio da Lafarge na exploração da pedreira. Fonte: fotos do autor, 20/04/2015.

Outro tipo de percurso, que gostaria de registrar, foi a oficina realizada pela ONG *Instituto Raízes em Movimento*, em 2015, chamado *Cartografando o Complexo do Alemão*. Não consegui participar desse passeio, mas tive acesso ao vídeo, produzido durante a

oficina.¹⁵² Esta foi ministrada por um integrante da ONG, o Alan Brum, formado em Ciências Sociais, em parceria com o Centro de Pesquisa, Documentação e Memória do Complexo do Alemão (CEPEDOCA). Alan levou participantes do Seminário Cultura e Direitos Humanos, organizado pelo IFRJ, com apoio do PPGAS/Museu Nacional, para conhecer os becos, o comércio, as brincadeiras das crianças, as paredes marcadas por balas e por pichações de saúde e conhecer projetos culturais locais.

O relato sobre a oficina, feito por um participante, diz o seguinte:

A organização do Seminário em parceria com o Centro de Pesquisa, Documentação e Memória do Complexo do Alemão (CEPEDOCA), proporcionaram aos participantes uma visita guiada pela vias e vida do Complexo do Alemão. O morro visto de cima, da cabine do teleférico, impressiona pela grandeza, pela densidade, pela homogeneidade: um cinza contínuo desfeito pelo verde das bordas do morro, pelo avermelhado dos “barracos”, pelos coloridos dos pincéis dos seus artistas e pelo azul do infinito. O morro visto de baixo, das ruas, dos caminhos, impressiona pela diversidade, pela arquitetura, pelo movimento, pela presença de pessoas expostas para serem vistas e serem vistas, pelos buracos nas paredes, pelas histórias tristes e alegres: a linearidade se rompe nas curvas das vias, que levam para o mesmo lugar: para o morro. Cartografar o Morro do Alemão caminhando pelas suas quase ruas, conversando rapidamente com algumas das suas pessoas, brincando um pouco com suas crianças foi o suficiente para desconstruir a imagem pálida de um território, sem vida. O morro é um território criativamente inventado pelos seus quase “trezentos e cinquenta mil” habitantes e contidos pelos “seus” quase “mil e oitocentos” policiais. O medo não passa despercebido para quem por ali passa.¹⁵³

Essa oficina, que buscou cartografar o Alemão, pode, perfeitamente se encaixar em uma proposta de um turismo mais pedagógico, e participativo, que comercial.

3.4 O lazer nas Palmeiras

Certamente, em termos antropológicos, não podemos falar de um “turismo no Complexo do Alemão”. Práticas de turismo, que envolvessem as 13 comunidades do

¹⁵² O vídeo pode ser visto em <https://www.youtube.com/watch?v=79oJBSluGOA>. Acesso em 15 de janeiro de 2017.

¹⁵³ Relatório e considerações da participação do PNCSA no Seminário Cultura e Direitos Humanos, redigido por Antonio João Castrillon Fernández (28 de Out. de 2015). Disponível em: <http://novacartografiasocial.com/relatorio-e-consideracoes-da-participacao-do-pnlsa-no-seminario-cultura-e-direitos-humanos-organizado-pelo-ifrj-com-apoio-do-ppgasmuseu-nacional>. Acesso em 15 de Janeiro de 2017.

Complexo, seria um projeto bastante ambicioso. Como considerei, anteriormente, os espaços construídos, a partir de práticas turísticas, foram poucos e, ao menos, a partir dos dados colhidos nos meus trabalhos de campo, envolveram, apenas, três comunidades: Morro das Palmeiras, Parque Alvorada e Nova Brasília. As comunidades Parque Alvorada e Nova Brasília aparecem no percurso, feito pelo roteiro mais comercializado pela agência *Turismo no Alemão*, o *Salve Jorge/Alemão Total*. No Morro das Palmeiras e, notadamente, no entorno da estação de teleférico é que vai aparecer um espaço de lazer, dotado de equipamentos - formais e informais - voltados para o desfrute e a recepção de turistas. Na minha primeira visita ao alto das Palmeiras, num domingo de abril de 2013, foi impressionante ver a quantidade de pessoas, nesta área. Neste momento - que neste trabalho representa o ápice do turismo, neste espaço - podemos resumir, esta área de lazer e de seus equipamentos, da seguinte forma: do lado esquerdo da saída da estação, aproximadamente 15 barraquinhas que, neste momento, faziam parte de um projeto de Economia Solidária, cada uma pertencente a um artesão, expondo e vendendo seus produtos. Algumas delas tendo, como produtos principais, típicos *souvenirs* para turistas. Entre as barraquinhas, vendedores ambulantes de bebidas, um artista vendendo blusas aerografadas, os dois meninos violinistas trocando a música por contribuições, em dinheiro, e brinquedos desmontáveis para crianças. Atrás das barraquinhas, próximo ao limite esquerdo do terreno, uma fileira de pequenos barracos, e, cada um deles era um quiosque de venda de comensais e bebidas. Em frente a estes quiosques, mesas e cadeiras de armar para os clientes. Um desses quiosques era de propriedade da Mc Rosani, cantora, que também investiu na produção de *souvenirs* para turistas – principalmente em camisetas com fotos do teleférico, estampadas na frente e a frase: “Eu fui!”.¹⁵⁴ Mc Rosani se apresentava em frente ao seu quiosque ou na saída da estação Palmeiras, caracterizada de cantora de *funk*, pedindo contribuições ou vendendo também seu CD de músicas, chamado *A Garota do Teleférico*.

¹⁵⁴ A frase “Eu Fui!” era estampada nas camisetas vendidas como lembrança das edições do *Rock in Rio* desde a sua primeira realização, em 1985.



Figs. 144, 145, 146 e 147: Momentos que podiam ser observados no entorno da estação Palmeiras nos fins de semana de 2013. Destaque para a área das barraquinhas e dos quiosques. Fonte: fotos do autor, 2013.



Figs. 148 e 149: Na primeira foto, Algodão-doce e Maça do Amor vendidas em criativos mostradores. Atrás, a caixa d'água com a pintura inicial do grafiteiro Kobra. Na segunda foto, as camisetas da McRosani expostas para venda. Fonte: fotos do autor, 2013.

Do lado direito da estação, a cobertura dos moto-taxistas, os quais ofereciam um passeio turístico, e atrás deles, uma quadra de futebol. Atrás desta quadra, a lanchonete do Dimas (D & C Lanches), vendendo seus famosos açaís, sanduíches, biscoitos e petiscos. Atrás da estação, apenas a vista para bairros da região de Inhaúma e Engenho de Dentro.



Fig. 150: Panorâmica do lado direito de quem sai da estação. O pátio onde ficavam as barraquinhas da Economia Solidária e um dos brinquedos das crianças. Ao fundo, os quiosques de comensal e bebê. Fonte: Fotos do autor, 18/07/2015.



Fig. 151: Panorâmica da entrada/saída da estação Palmeiras com as três barracas “resistindo” enquanto comércio turístico. Fonte: Fotos do autor, 18/07/2015.

Na frente da estação, um grande terreno livre, com uma caixa d’água e um dos prédios da UPP, do lado direito. Demarcando esse terreno da frente, tanto do lado esquerdo, quanto na frente, um gradil branco, que será um dos locais principais de escolha dos turistas, para as fotografias, tendo o complexo de favelas e as gôndolas do teleférico, como pano e fundo. Esse comportamento do turista de se debruçar no gradil para olhar a paisagem e tirar fotografias, com as gôndolas do teleférico, como fundo, será visto, exatamente, da mesma forma, na Comuna 1 de Medellín, no gradil de uma pequena praça, construída em frente à Biblioteca Parque España.



Fig. 152: Panorâmica desde o gradil localizado na frente da estação Palmeiras. Do lado direito um dos prédios da UPP e a caixa d’água. Do lado esquerdo da estação, parte do estacionamento, o campo de futebol e o local onde havia a cobertura dos moto taxistas. Fonte: Fotos do autor, 18/07/2015.



Fig. 153: Panorâmica do gradil lateral e do gradil da frente da estação. Fonte: fotos do autor, 18/07/2015.

A iniciativa das barraquinhas, que também eram armadas em outros eventos que do Complexo, eram organizadas pela Mara Adell e o Evangelista. Tinham seus proprietários cadastrados, e só podiam vender produtos artesanais, seguindo a proposta da Economia Solidária.

De acordo com os estudos de Eugênia Motta (2010), a expressão Economia Solidária foi usada pela primeira vez no Brasil, em 1996, por Paul Singer, economista e professor aposentado da Universidade de São Paulo (USP), num artigo do jornal Folha de São Paulo, publicado em 11 de junho e tratada como projeto de governo para a Prefeitura de São Paulo, na campanha da candidata à reeleição de Luíza Erundina. Sua definição é objeto de disputas entre seus agentes. Diferentes pessoas e lugares sociais contemplam sentidos diferentes. No entanto, a Economia Solidária é considerada tanto como uma forma concreta de prática econômica como, também, projeto de transformação social, onde predomina, como princípio, a solidariedade, desafiando as lógicas do capitalismo e seus valores. Constitui-se de um universo do qual participa uma variedade de pessoas e, que é construído nas fronteiras de mundos, como o Estado, a academia, as ONGs, a economia, a igreja e os movimentos sociais.

Sobre o início do comércio para turistas, no entorno das Palmeiras, e da iniciativa da Economia Solidária, Cléber Araújo diz o seguinte:

Economia solidária é uma coisa nova no Brasil, é uma coisa nova nas favelas; existia assim, muitas pessoas que já faziam é... artesanato de forma individual, vendiam nas feiras, em várias (...) E veio nesse boom, também, nesse lance de pacificação e surgiu essa ideologia de querer fazer feiras pra se trocar produtos, vender a um preço justo, tudo mais e tal, mas isso foi recente, recente (...) nós estávamos aqui [no entorno das Palmeiras] muito antes da economia solidária, aí a economia solidária veio logo depois da novela, foi depois da novela que a economia solidária começou a botar barraca aqui.(...) veio bem no boom da novela, eles vieram na carona da novela, entendeu? A galera já estava aí, tinha muita gente que já vendia água aqui, o pessoal das barraquinhas já estavam aqui, entendeu? (11/06/2016)

Ele lembra que algumas dessas barraquinhas ficavam em outro espaço, ali mesmo no entorno da estação, mas que foram impedidas de continuar, pela Supervia

Porque eles eram todo mundo aqui espalhado, as barraquinhas de água, de pastel, eram aqui na frente, tinha espetinho de frango, tal (...) logo quando construiu a estação. (11/06/2016)

Infelizmente, durante o pouco tempo, em que as barraquinhas ligadas à Economia Solidária do entorno das Palmeiras, ofereciam produtos aos visitantes, (2013 e começo de 2014), não consegui me aprofundar nos sentidos do que este tipo de iniciativa apresentava para seus participantes. O que me era dito, é que nestas barraquinhas não se podiam vender produtos industrializados, tornando-se, esta interdição, um campo de disputa, entre alguns dos barraqueiros. As barracas que, evidentemente, objetivavam oferecer produtos para turistas, eram três: a do Sérgio Gomes, (Sérgio Relógios), a do Cléber Araújo (da *Turismo no Alemão*) e a do Marcus. Em 2014, o Marcus havia deixado, por desentendimento, o grupo de barraqueiros e o Anderson, cicerone nos *tours* para visitantes, dividia uma das barracas, também, oferecendo *souvenirs* para os turistas. Alguns *souvenirs* do Anderson, já eram industrializados, indicando uma decadência do projeto da Economia Solidária, que acabaria, por volta de setembro de 2014. Mariluce, esposa do Cléber desaprovava a metodologia, usada pelo projeto Economia Solidária nas barraquinhas, e de que não tinha vontade de participar:

Eu não gosto dessa metodologia de economia solidária aplicada aqui, nos outros locais eu acho até que deu certo, mas aqui não dava certo por causa da pessoa que estava de frente, entendeu, era uma coisa que era pra ser gratuito pra todo mundo, estava cobrando, tinha muita regra que não tinha lógica: se ela vendia brinco, eu não podia vender brinco; se ela vendia tela, eu não podia vender tela; ela vendia bolsa, eu não podia... Ela podia vender tudo, a gente não podia vender nada; então assim, eu não concordava, mas, como tinha que vender e ele que era o vendedor, a gente escolheu ficar na feirinha...fazer o quê né? (11/06/2016)

Numa breve conversa com a Mara Adell e o Evangelista, me falaram, um pouco, da dinâmica de organização das barraquinhas, e da influência da novela *Salve Jorge*, no movimento de turistas, no entorno das Palmeiras. É um período em que os conflitos armados que haviam voltado, como realidade no Complexo, atrapalhavam o desenvolvimento da atividade turística:

Às vezes para compactar, colocamos três artesãos em uma só barraca. Antes tinham convidados para expor, mas hoje não tem

mais. (...) com o fim da novela diminuiu o número de turistas. Pessoas de bairros vizinhos vinham para fim de semana. Mas mesmo com os tiros, os turistas não deixam de aparecer. (...) A novela teve uma participação maior na comunidade. O filme [Alemão], não. Os produtos da feira, os atores usavam. Eles guardaram o material da novela na biblioteca [Biblioteca-Parque]. Casas eram alugadas para filmagens. Houve muito mais interação. (12/04/2014).



Figs. 154, 155, 156: Alguns dos artesanatos vendidos nas barraquinhas do alto das Palmeiras, dentro do projeto de Economia Solidária. Fonte: Fotos do autor, 2013 e 2014.

Em 23/02/2014, encontrei apenas oito barraquinhas no entorno da estação Palmeiras; em 09/06/2014, quatro e em 23/09/2014 só haviam restado três, que se caracterizariam como “a resistência” ao sonho da implantação de uma atividade turística, no Complexo do Alemão. Estas três, utilizavam a estrutura física das barracas da Economia Solidária. O projeto, ali nas Palmeiras, já havia terminado e estes, que insistiam em esperar turistas, já tinham autonomia para vender o produto que quisessem. Os “heróis da resistência” eram o Cléber de Araújo, que vendia os quadros pintados pela esposa Mariluce e diversos tipos de *souvenirs*, da cidade do Rio de Janeiro e do Complexo do Alemão; o José Franklin, que vendia, além dos seus cordéis, livros; o Anderson que investia em *souvenirs* industrializados, dividindo a barraca com o José Franklin e o Sérgio Gomes, que foi artesão até o fim, fabricando para possíveis e eventuais turistas, com imensa criatividade, lembranças, cuja temática, era o Complexo do Alemão. A partir desta data, – passada a Copa do Mundo no Rio de Janeiro (julho de 2014) - a cada visita minha ao entorno das Palmeiras, aumentava minha percepção de esvaziamento do fenômeno turístico, neste espaço.



Fig. 157: Panorâmica da entrada/saída da estação Palmeiras em um sábado de Junho de 2015. O entorno está vazio, em especial a área de lazer e apenas as três barracas (do Cléber, Sérgio e Franklin/Anderson) esperam turistas. Fonte: Fotos do autor, 2015.

Os quiosques, também, foram fechando pouco a pouco. Em geral, além de cerveja, água e refrigerante, vendiam biscoitos e petiscos diversos (pastéis, linguiça calabresa frita, aipim frito, frango a passarinho, entre outros). O público-alvo eram os adultos, especialmente os consumidores de cerveja, que se sentavam nas cadeiras com mesas, montadas pelos donos dos quiosques, para ficar, por vezes, horas conversando e aproveitando um tempo de visita ao Complexo. Um desses quiosques pertencia à Mc Rosani que só oferecia *souvenirs*, muitos deles de fabricação própria. Seu entusiasmo pela chegada de turistas ao Alemão, se igualava ao de Cléber Araújo. O quiosque da Mc Rosani era mais afastado, quase na parte de trás da estação, e ela se apresentava ao público, vestida de cantora de *funk*, a *Garota do Teleférico*. Raras foram as vezes em que eu a encontrei, na porta da estação Palmeiras, com uma caixinha pedindo contribuição à artista, em troca de uma performance. Em geral, ela podia ser encontrada na janela do seu quiosque ou de pé, do lado de fora dele, ao lado de uma pequena mesa, onde expunha suas lembranças turísticas, incluindo seu CD de músicas.



Figs. 158, 159 e 160: McRosani em frente ao seu quiosque, com a faixa de “Garota do Teleférico” e seus *souvenirs*. Na última foto, ela aparece com uma das blusas que vendia, tendo nas mãos o Bilhete Único e seu CD de músicas. Fonte: Fotos do autor, 2015 e 2016.

A partir das barraquinhas montadas no entorno da estação Palmeiras, surge um importante elemento, que merece uma breve reflexão: os *souvenirs* produzidos pelos moradores envolvidos nas práticas de turismo do Complexo e vendidos aos turistas-visitantes.

O antropólogo Nelson Graburn (1976) nos dá algumas direções para esta reflexão, na interessante análise que faz dos objetos destinados ao consumo turístico, e da “arte étnica”, com fins comerciais, elaboradas por grupos nativos, que formam uma minoria, (chamada de *Forth World*), desprovida de pátria ou desprovida de poder para dirigir o curso de suas vidas coletivas. Para Graburn, os *souvenirs* são objetos produzidos mais para a satisfação do consumidor, (em geral, o turista), do que para a satisfação do artista. Chama-os de arte turística, (“tourist” art), ou arte de aeroporto, (“airport” art), e que seu conteúdo simbólico é tão reduzido, tão moldado à noção popular – podemos aqui dizer, estereotipada – do grupo a que pertence, que poderia ser chamada de *ethno-kitsch*. Certamente esta consideração está relacionada com a complexidade da arte nativa, conhecida e analisada por Graburn em seu trabalho. Podemos, porém, identificar algumas características aplicáveis aos *souvenirs*, vendidos na cidade do Rio de Janeiro e, especificamente, no Complexo do Alemão.

Estabelecendo uma distinção entre as artes comerciais (*commercial fine arts* – que teria como demanda aqueles que motivam estar “próximos do espírito nativo”, em adquirir o “genuíno”, o “autêntico” -, *souvenirs arts* e *assimilated arts*), Graburn vai afirmar que este tipo de arte é modificado ou mesmo inventado, com o propósito de venda. Especificamente os *souvenirs*, ao serem fabricados para um mercado de massa, devem ser: i) baratos; ii) portáteis; iii) compreensíveis e iv) impermeáveis. Às vezes ajudam, se são úteis, pois assim seus donos irão saber o que fazer com eles, e passarão a ter um significado inerente à casa ou ao ambiente do viajante. Também é desejável que sejam pequenos e leves, (para que não pesem ou ocupem espaço na bagagem), e, comumente, são apresentados como miniaturas de um atrativo gigantesco (uma obra arquitetônica, por exemplo), que seja representativo do destino visitado. Segundo Graburn (1976), a miniaturização tem várias vantagens: aplicabilidade para uso decorativo, economia de material e folclorização.

Famosos exemplos destes casos são as tantas as Torres Eiffel, as Estátuas da Liberdade, os Coliseus Romanos ou os Cristos Redentores, presentes, como enfeite, nas mesas de escritório ou salas de tantos. Caso sejam produzidos, dentro da categoria “útil”, estas mesmas miniaturas podem passar, por exemplo, a chaveiros pendurados nos bolsos ou em porta-chaves.

As forças econômicas levam, não somente à redução do tamanho, mas também à simplificação das formas. Além destas forças de custo, existem questões mais sutis, relacionadas ao conteúdo e gosto, que forçam os artesãos a produzirem, para a venda, objetos que sejam aceitáveis pelo público-alvo, que já possuem suas pré-concepções do que é “típico” e do que é “apropriado”. Podemos incluir, aqui, outras ideias do próprio Graburn e de Gravari-Barbas, (2012) sobre o imaginário turístico:

O imaginário turístico é constituído, dessa forma, de representações compartilhadas, alimentadas por - ou associadas à - imagens materiais (postais, cartões, blogs, filmes e vídeos, guias turísticos, folhetos, revistas de viagem, e também objetos artesanais e outros artefatos), e imateriais (lendas, contos, relatos, discursos, anedotas, memórias...), trabalhadas pelo imaginário e socialmente compartilhadas pelos turistas e/ou pelos atores turísticos.(2012, págs 2 e 3).

Como *souvenirs* turísticos no Alemão, encontrei muitos imãs de geladeira, alguns chaveiros, quadros de artistas locais, pequenas almofadas, camisetas, garrafas - de plástico e de vidro, azulejos pintados de maneira artística, terços religiosos católicos, pipas, portachaves, objetos especificamente decorativos, relógios, caixas decoradas, porta retratos, pulseiras, porta-moedas, na forma de casinhas, cartões-postais, abajures, bonecas decorativas, enfeites de cabelo, canecas, literatura de cordel, cinzeiros, chinelos, canetas, copos, bonés, baralho de cartas, pratinhos decorados, miniestátuas do Cristo Redentor, e mais alguns outros. Em diferentes momentos das visitas às barraquinhas do alto da estação Palmeiras, diferentes barraquinhas apareciam. E ainda, um mesmo expositor, em diferentes momentos, expunha, aos turistas, diferentes produtos. Este foi o caso, por exemplo, do Cléber de Araújo e do Sérgio Gomes. A miniaturização é mais utilizada, como recurso, para a produção de *souvenirs*, por Sérgio Gomes, que reduziu, à categoria de lembranças, bicicletas, motocicletas, relógios e, até mesmo, o teleférico do Alemão e parte do Complexo. Raramente Sérgio vendia produtos industrializados e, o material principal para sua arte, eram pedaços de madeira MDF (*Medium Density Fireboard*). Para mostrar toda a criatividade de Sérgio, que a cada visita minha havia criado um novo *souvenir*, seriam necessárias várias páginas deste trabalho.



Figs 161, 162 e 163: Imãs, relógios, garrafinhas de água: *souvenirs* para o turista nas barraquinhas do entorno da estação Palmeiras. Fonte: Fotos do autor, 2013.

Em 2013, era comum encontrar nas barraquinhas da Economia Solidária, *souvenirs* que me remetiam a acontecimentos que marcaram, positivamente, o Complexo do Alemão, ou a cidade do Rio de Janeiro, como a novela *Salve Jorge* e a visita do Papa Francisco, durante a Jornada Mundial da Juventude (JMJ). A igreja da Penha também era uma imagem que aparecia, em 2013, em pequenas almofadas, ímãs ou cartões postais. Importante pontuar que, ao contrário da ênfase dada, nos *tours* que realizei e fora, à literatura de cordel, do José Franklin, nunca encontrei nenhum *souvenir*, que me remetesse ao episódio da fuga dos bandidos, às UPPs ou ao projeto da “pacificação”. Parece que estes não eram consideradas, pelos vendedores e artesões, lembranças para serem guardadas e levadas para casa. Também, não vi, nas épocas específicas, objetos ligados à Copa do Mundo 2014, nem aos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio-2016. Aqui, parece que aqueles que resistiam, na espera de turistas, desconfiavam de toda esta festa. Talvez pressentindo, que o fim destes dois megaeventos decretaria também, a decadência de um sonho de esperança, na cidadania.



Figs 164, 165 e 166: *Souvenirs* turísticos aproveitando a época da novela *Salve Jorge* e o evento da JMJ. Na última foto, os chaveiros que eram feitos pelo Sr. Antônio, que também vendia os terços, na forma de gôndolas do teleférico. Fonte: Fotos do autor, 2013.

Dos *souvenirs* e dos artesãos das Palmeiras, gostaria de destacar dois: a Mariluce Maria de Souza (Mariluce Mariá) e o Sérgio Gomes (Sérgio Relógios). A Mariluce afirma que começou seus trabalhos de pintura em 2012, como opção de renda, e que os *souvenirs*

surgiram, como uma renda alternativa: quadrinhos de tamanhos variados, porta-retratos, caixinhas de guardar objetos, casinhas porta-moedas, entre outros. Seus trabalhos, que eram oferecidos aos turistas na barraquinha do Cléber, apresentavam um desenho de casinhas de favela, pintadas em cores vivas, e na paisagem, estava sempre incluído o teleférico de gôndola vermelha, ou branca ou azul.¹⁵⁵ Com o tempo, já em 2015, algumas das suas pinturas passam a incluir a figura branca do Cristo Redentor, e as cores, que usa, vão sendo mais escuras. Segundo Mariluce, essa mudança leva em consideração o seu sentimento, em relação à situação de sua comunidade, que, na época, vivia a decadência de um sonho:

(...) eu pinto sentimento, assim, eu pinto o sonho (...) Eu olho a situação que está acontecendo, entendeu, e depois eu transfiro aquilo pra tela, e a questão de ter as coisas mais escuras ao invés de ter uma cor alegre, mas está escura, é porque hoje a gente não tem motivo nenhum pra estar feliz, entendeu? Então, quanto mais escuro ou sem cor é porque o negócio não está bom. E a diferença de técnica, assim, porque antes eu usava uma outra forma de pintar, até os telhados eram diferentes e tudo, era porque antes, assim, tudo estava muito fácil, sabe, estava tudo muito bom, assim, fluía pra pintar, eu fazia mil telas em uma semana se eu quisesse, conseguia fazer; eu não tinha a capacidade de pintar que eu tenho hoje, só que eu conseguia produzir mil telas. Hoje, pra eu fazer 50, eu faço 50 empurrada, assim, porque é difícil pra mim pintar; eu só pinto bem quando estou pintando aqui com as crianças, quando eu estou pintando em casa é difícil, porque vêm vários pensamentos na cabeça, e você fica assim: “ah, eu não acredito que tenho que fazer uma tela dessa jeito”. Eu não gosto de fazer tela triste, eu gosto de fazer tela feliz, mas se escuto um barulho de tiro acabou minha felicidade. Aí eu já fico imaginando como é que as pessoas estão, como é que as crianças estão voltando da escola, aí aquilo ali já influencia nas cores que eu coloco na tela, já fica tudo... Aí têm umas que eu nem boto pra vender, assim, eu falo: “ah, não vale nem a pena”. Olha, os outros compram, pior que compram, mas...(11/06/2016)

Em 2015, Mariluce iniciou um projeto de pintura de painéis, em muros e casas do Complexo, chamado *Favela Arte*¹⁵⁶. A ideia de os turistas se envolverem com a comunidade, através da pintura de paredes de casas, também era um projeto, na época do auge do turismo no Alemão, que, infelizmente, não vingou. Mesmo em 2017, Mariluce continua com seu projeto *Favela Arte*, fazendo suas pinturas no Complexo. Logo depois de iniciado o projeto

¹⁵⁵ Lembrando que a cor das gôndolas se modificou em 2015, passando a serem apresentadas nas cores da bandeira do estado do Rio de Janeiro: azuis e brancas.

¹⁵⁶ Em Junho de 2016, já havia pintado 36 painéis em diferentes comunidades do Complexo. O projeto nasceu da experiência com o turismo.

Favela Arte, quadros, pintados pelas crianças, eram vendidos na barraca do Cléber, para os turistas. Os desenhos passaram a incluir também imagens mais tradicionais – e turísticas - da cidade do Rio de Janeiro, como a Baía da Guanabara e o Pão de Açúcar. (ver no Anexo I, pág. 269, alguns dos *souvenirs* feitos pela Mariluce).



Figs 167, 168 e 169: Mariluce (de azul) e algumas das suas pinturas espalhadas no Complexo: na rua Sete de Setembro, numa mercearia perto da estação Palmeiras e na parede da caixa d'água em frente à estação. Fonte: Fotos do autor, 2015 e 2016.

Sérgio Gomes sempre ofereceu, em sua maioria, objetos artesanais na barraca para turistas. Tendo trabalhado, anteriormente, na fabricação de cintos, estofamento, bolsas em couro, e relógios, ele colocava estes últimos, miniaturizados em motocicletas, em pequenos quadros de parede ou de mesa, ou em adornos de pulso. Outro tipo de lembrança que caracteriza seu artesanato é a confecção de casinhas de madeira, na representação de “casas de favela”, feitas a partir de tocos de madeira MDF e pintadas em cores vivas. Essas casinhas vão formar decorações de mesa, porta-chaves, miniaturas do Complexo, dentre outros. Ele conta que se iniciou no alto das Palmeiras, em 2012, e que tinha que trabalhar com material “sustentável”, de acordo com as normas traçadas pelo projeto Economia Solidária. A ideia de fazer as casinhas, Sérgio diz, nasceu quando começou a trabalhar na barraca das Palmeiras e que os turistas só passaram a ser um alvo, a partir do movimento, no entorno da estação. Fala, também, de outros vendedores que tinham usado, como referência de seus produtos, o Complexo do Alemão:

Tem muito trabalho ali [na barraca] que foi influenciado aqui. O pessoal dando ideia, ajudando, entendeu? Têm alguns trabalhos ali o pessoal ajudou mesmo, aí eu desenvolvi, mas as casinhas ali, aquele trabalho de artesanato, pintura, bateu assim e eu fiz, viu, e quando eu trouxe eu já trouxe pronto (...) só comecei a pensar mais no turismo porque logo quando a gente veio pra cá o movimento era bem legal, entendeu; inclusive ele trabalhava também em cima disso com a gente aí, a barraquinha dele lá, né, de pastel, botava som, eram quase todas elas abertas ali.(..) logo quando a feira foi enfraquecendo um pouco o

turismo aí o Cléber também deu a ideia: “gente, vamos trabalhar em cima de coisas...”, que até então só o Cléber que estava trabalhando em cima disso, entendeu, referência Complexo do Alemão e as meninas lá que vendiam camisa, a Rosani, que trabalhava com camiseta do Alemão, mas ela não fazia parte da feira, até hoje ela trabalha com camiseta lá; só eles que focaram no Alemão. ele começou a me dar essa ideia: “Sérgio, faz alguma coisa aqui”. Tinha o Marcus, também, que trabalhava com caneca, mas a...caneca de souvenir de acrílico, mas a feira não aprovava muito o souvenir em acrílico né, porque é um material industrializado e eles não queriam isso; então ele não conseguiu quase que produzir nada do Alemão, ter ideia, entendeu?(11/06/2016)

(ver no Anexo II, pág. 273, alguns dos trabalhos que eram expostos pelo Sérgio).



Figs 170 e 171: Sérgio fabricando seus souvenirs e na sua barraca, mostrando um de seus relógios, com Andreia Art Mosaic, que tem um projeto com crianças no Alemão. Fonte: Fotos do autor, 2015 e 2016.

Usando como apoio as ideias de Graburn (1976), é possível classificar os *souvenirs* vendidos no entorno das Palmeiras, nas seguintes categorias: *industrializados* e *artesanais*; que *representam a cidade do Rio de Janeiro* e os que *representam o Complexo do Alemão*; os *úteis* e os *decorativos*; as *miniaturas* e os *simplificados*.

Barbara Kirshenblatt-Gimblett (1990), contribui, apontando questões importantes que podem ser aplicadas aqui: ao mostrarem um objeto – especialmente, aqueles produzidos por eles, – os artesãos também se mostram; uma questão não é se o objeto desperta, ou não, um interesse visual, mas, sim, com que tipo de interesse ele é criado. (pág. 434). Para uma análise mais completa do tema, seria necessário, também, ter sido feito um estudo em profundidade sobre o artista-artesão, sobre os materiais, usados na confecção destes, e sobre a forma como eles eram expostos aos turistas. Outra questão que poderia ser explorada é aquela, levantada por Freire-Medeiros e Castro (2007), se a compra desses *souvenirs*, por alguns desses turistas, não estaria ligada a uma atitude, politicamente correta, já que estariam sendo vendidos, (e

muitas vezes produzidos), por “segmentos desfavorecidos”, garantindo ao turista a experiência da caridade, através da compra.

Quanto aos *souvenirs*, também é possível fazer um curioso contraponto com a Comuna 1 de Medellín. Nas três vezes em que fiz meu trabalho de campo, no entorno da estação Santo Domingo, aonde turistas param para visitar o Parque-Biblioteca España, e, tendo a realidade do Alemão, como referência, me espantei em não ver, alguém da comunidade, vendendo *souvenirs* aos turistas, nem industrializado, como se encontrava no asfalto da cidade, nem artesanal. Quando questionei isto a algumas pessoas da comunidade, apontavam para um quiosque, fechado, que havia perto da Biblioteca España, dizendo que, logo na inauguração da biblioteca, ali vendiam *souvenirs* (industrializados) para turistas, mas que, depois, o quiosque havia sido fechado. Mesmo assim, me impressionava como ninguém do entorno da estação ou mesmo da própria comunidade adentro não tivesse tido a ideia ou iniciativa de conseguir algum dinheiro com os turistas. Aliás, o tratamento, que eu observava, dos moradores em relação ao turista, era como se ali estivesse um morador, como outro qualquer. Os únicos que se aproximavam para oferecer contar a história da Comuna, em troca de um dinheiro, eram três garotos, mesmo assim, somente na área do gradil, de onde os turistas tiravam fotos, tendo as gôndolas do teleférico, como fundo. Na palestra que proferi em novembro de 2016, no *Museo Casa de la Memoria* de Medellín, questionei essa ausência de empreendedorismo autônomo neste espaço, para a audiência. Recebi uma resposta, um tanto simplista. Um rapaz disse que era porque todos da Comuna tinham um emprego, que lhes rendia muito mais do que vender pequenos objetos a turistas.



Figs 172, 173 e 174: O quiosque que vendia *souvenirs* turísticos, propriedade da Prefeitura de Medellín, fechado e pichado. Na foto seguinte, a visão do quiosque tendo como fundo a pequena praça onde há um gradil, lugar das fotografias dos turistas tendo o teleférico e a cidade de fundo. É nesse lugar que Sebastián, morador da Comuna e seu amigo, me ofereceram contar a história do lugar em troca de uma contribuição monetária. Fonte: Fotos do autor, 2014 e 2015.

Considero interessante registrar que alguns comportamentos do turista, no alto das Palmeiras – ou em favelas turísticas cariocas - e na Comuna 01 de Medellín, se mostraram semelhantes. Como, por exemplo, a parada no gradil para tirar fotos, tendo o movimento das gôndolas de teleférico, como fundo, e a subida, em uma laje, para apreciar uma “vista”.



Figs 175, 176, 177: Turistas no gradil em frente à estação Palmeiras no Complexo do Alemão, tirando fotos. Fonte: fotos do autor, 2013, 2014 e 2015.



Figs 178 e 179: Turistas no gradil de uma praça em frente à Biblioteca-Parque España, Comuna 01, tirando fotos. Na outra fotografia, um grupo de turistas norte-americanos sobe na laje de uma moradora para observar a Biblioteca-Parque. Fonte: fotos do autor, 2014 e 2015.

3.5 À espera de turistas: quem são e o que dizem.

Em 2007, o diretor Robert Thalheim apresentou, em película, a história de um jovem alemão de 18 anos, que vai trabalhar no Museu do Holocausto, na cidade de Auschwitz, Polônia. Os desafios de Sven são o de superar o drama do holocausto e o de se adaptar ao novo país, no qual sua nacionalidade é mal vista. Como, se não lhe bastasse tomar conta da loja de *souvenirs* do Museu, o jovem ainda precisava, ainda, cuidar de um judeu, de 80 anos de idade, sobrevivente do campo de concentração, cujos depoimentos serviam como atrativo para os turistas, fazendo com que a memória do holocausto se transformasse em espetáculo. Este é o enredo do filme *À Espera de Turistas*.

Não somente as memórias, historicamente, construídas, mas também as imaginadas, servem como motivação para a visita a lugares, como nos diz Gravari-Barbas e Graburn¹⁵⁷. Vimos, no Capítulo 02, que a mídia também pode exercer uma grande influência, no imaginário, funcionando como motivador para deslocamentos e práticas do turismo, em determinados espaços. Visando os *visitantes*, com a finalidade de saber mais sobre suas motivações e impressões, para e sobre o Complexo do Alemão, realizei algumas enquetes, gravadas em áudio, na entrada/saída da estação Palmeiras, em dias do Carnaval, nos anos de 2015 e de 2016. Além dessas enquetes e durante todo o meu período de trabalho de campo, conversei com turistas que visitavam o local, incluindo na Copa do Mundo de 2014 e em feriados, como o da Semana Santa.

No Carnaval de 2015 e 2016, foram entrevistados, aproximadamente, 320 turistas (contando grupos, casais e pares). Entre 11h00 e 18h00, as enquetes foram realizadas nos dias 15, 16 e 17 de fevereiro de 2015 e no dia 08 de fevereiro de 2016. O roteiro das enquetes foi orientado pelas seguintes perguntas/grupo de perguntas:

1. *Por que resolveram visitar o Rio de Janeiro?*
2. *Por que você veio visitar o Complexo do Alemão? Por que escolheram visitar o Complexo do Alemão? Já tinha ouvido falar do Alemão? Já conhecia algo do Alemão? O quê? O que já visitou no Alemão? Teve medo de vir visitar? Por quê?*
3. *Por que resolveram visitar uma favela? O que você já olhou da favela? O que você viu de diferente, entre, a favela e a cidade? Você já visitou outras favelas? Quais?*
4. *Na sua cidade também há favela? É igual a essa? Igual, em quê? Diferente, como? Encontrou o que você esperava? Encontrou coisas diferentes? O quê?*
5. *Já tentou entrar pelas comunidades? Já entrou? Qual foi sua percepção?*
6. *O que achou do teleférico? Como foi essa experiência no teleférico? Teve medo no teleférico? O que significa olhar uma favela, em suspenso?*

O entorno da estação Palmeiras foi o local escolhido, por ser aonde a prática da visitação turística se desenvolveu no Complexo do Alemão. O local transformou-se no “lugar seguro” e “controlado”, como veremos a seguir, corroborando com as ideias de Daniel Boorstin (*apud* URRY,2001). Fora deste espaço, havia apenas aqueles turistas que compravam um *tour* guiado, para percorrer alguns becos da favela, como foi visto

¹⁵⁷ *Imaginários turísticos*, 2012.

anteriormente. *Tours* que eram vendidos, em geral, como a possibilidade de uma experiência mais “autêntica” da favela. Conhecer a favela é saber andar nos seus becos – dizem os moradores. Os turistas entrevistados eram abordados na porta, da estação Palmeiras, depois de haverem realizado suas visitas turísticas, pelo entorno.

A faixa etária dos entrevistados pode ser estabelecida entre 20 e 50 anos. Em geral, apareciam reunidos em grupos familiares, com crianças, casais, pares e, muito poucos visitavam sozinhos. A visita se resumia na tomada do teleférico, na estação de Bonsucesso e descida na estação Palmeiras. Permaneciam em torno da estação Palmeiras onde realizavam algumas práticas de visitação comuns, como: ida até os gradis da frente e do lado esquerdo, em frente à estação, de onde observavam a paisagem e tiravam fotos, com gôndolas do teleférico ao fundo, observação do prédio da UPP, instalado em frente à estação, visita ao lado direito da estação – área de lazer – aonde, por vezes, se sentavam às mesinhas dos quiosques para beber ou comer; visita à parte de trás da estação, de onde se tem uma vista para o Engenho, para o cemitério de Inhaúma e para os bairros da zona Norte; e ida à lanchonete e ao restaurante do Dimas, para tomar um copo de açaí ou comer algum petisco. Depois dessa deambulação pelo entorno, na volta à estação para tomar o teleférico, paravam para ver ou comprar os produtos vendidos nas barraquinhas, que resistiam à espera de turistas. Nenhum deles se interessava em entrar na Biblioteca-Parque ao lado da catraca de saída, onde, por vezes, havia exposições de fotografia, livros, entre outros. Considero importante lembrar que esta foi a dinâmica observada, durante meus períodos de enquete. Até maio de 2014, havia mais opções de lazer, no entorno, e a feirinha da Economia Solidária, com muito mais barracas, que vendiam variados produtos artesanais.

Daqueles, com os quais realizei as enquetes, alguns haviam comprado *souvenirs* pequenos, como canetas, quadrinhos (da Mariluice Mariá) e ímãs para geladeira com figuras do lugar.

Quando perguntados, *Por que resolveram visitar o Rio de Janeiro?*, a resposta obtida, na maioria das vezes, foi, obviamente, o Carnaval. Quanto à proveniência, o que se observa de interessante é que, diferentemente do que, em geral, é apresentado por pesquisas de visitantes, feitas em favelas turísticas da zona Sul da cidade, a maior parte dos que visitavam o Alemão eram brasileiros. Apareceram poucos estrangeiros. Muitos dos brasileiros eram de outros Estados e estavam acompanhados por moradores da cidade, (amigos ou parentes). Grande parte estava hospedada, ou procedia, do Centro da cidade ou de bairros da zona Norte: Caju, Lapa, Praça XI, Santa Teresa, Grajaú, Manguinhos, Olaria, Vigário Geral, Bonsucesso,

Cachambi, Higienópolis, Madureira, Irajá, Pilares, Méier, Ilha do Governador, Vicente de Carvalho, Complexo da Maré e Ramos. Dois registros são de turistas provenientes da zona Oeste (Barra da Tijuca) e quatro de bairros da zona Sul (Ipanema, Flamengo, Botafogo e Copacabana). Alguns de municípios da Baixada Fluminense: Japeri, Magé, Nilópolis e Belford Roxo e outros de Niterói e Volta Redonda. O gráfico abaixo indica em porcentagem, o prevalescimento da zona Norte:

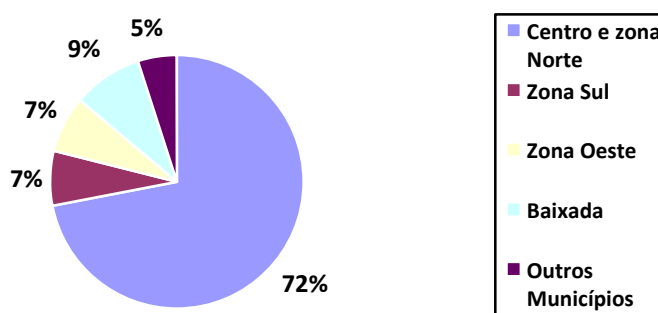


Fig. 180: Proveniência e local de hospedagem dos turistas no Rio de Janeiro.
 Fonte: elaborado pelo autor, 2016.

Provenientes de outros estados brasileiros, registraram-se turistas dos seguintes: Bahia, Minas Gerais, São Paulo, Santa Catarina, Pará, Sergipe, Paraná, Rio Grande do Sul, Rio Grande do Norte, Mato Grosso, Ceará, Pernambuco, Paraíba e Espírito Santo. O gráfico abaixo informa a porcentagem:

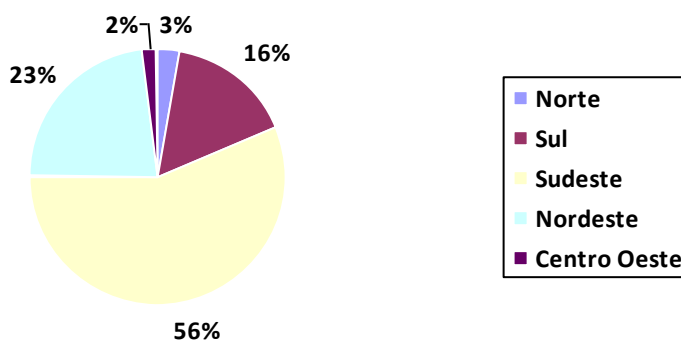


Fig. 181: Proveniência dos turistas por região brasileira.
 Fonte: elaborado pelo autor, 2016.

De turistas estrangeiros, os países que apareceram como lugares de proveniência foram: Estados Unidos, China, Itália, Áustria, Alemanha e Suécia. Quatro grupos disseram ter vindo dos EUA. Dos outros países citados, houve, apenas, um registro, de cada.

Nas conversas que tive com turistas durante feriados, Copa do Mundo 2014, e durante alguns dos trabalhos de campo, que fiz no Complexo, registrei também a presença de turistas vindos da França, Croácia, Rússia, Holanda, Inglaterra. Cléber de Araújo, da *Turismo no Alemão*, tinha um “livro de ouro” que os turistas assinavam; nele estão registrados turistas que vieram, até mesmo do Egito.

O dado coletado, que justifica parte desse trabalho de pesquisa, foi o da motivação para conhecer/visitar o Complexo do Alemão (*Por que você veio visitar o Complexo do Alemão? Por que escolheram visitar o Complexo do Alemão?*). As que mais apareceram foram, em ordem decrescente: o teleférico (43%), a novela *Salve Jorge* (17%), a UPP e a “pacificação” (13%), o episódio da *retomada* do Alemão e da Vila Cruzeiro (6%), a memória do Complexo ou de uma outra favela brasileira a partir de filmes¹⁵⁸ (7%) e dos motivos que são relacionados com a especificidade do fato de o Alemão ser uma favela (14%). O gráfico abaixo ilustra o agrupamento das categorias:

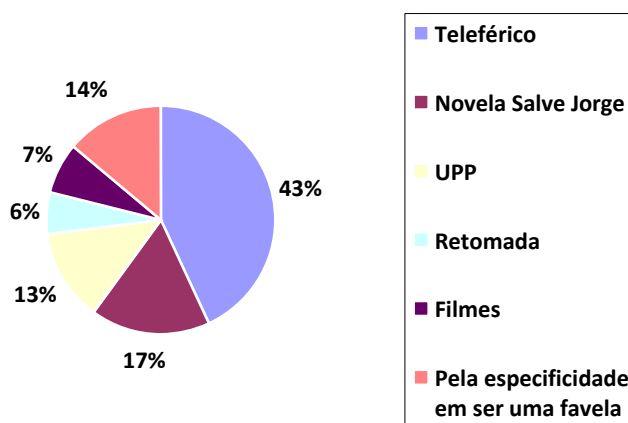


Fig. 182: Motivações dos turistas para visitar o Complexo do Alemão.
Fonte: elaborado pelo autor, 2016.

Na categoria “pela especificidade em ser uma favela” (14%) estão agrupadas motivações: “conhecer a realidade das pessoas”; “curiosidade em conhecer uma favela”; “pelo diferente”; “pelo Complexo”; “por ser turístico”; “pela experiência social e “conhecer a

¹⁵⁸ Em geral foram turistas estrangeiros que citaram os filmes: *Tropa de Elite* do diretor José Padilha, *Cidade de Deus* de Fernando Meireles e Katia Lund e *Velozes e Furiosos 5: Operação Rio* de Justin Lin, que é ambientado na cidade do Rio de Janeiro e que teve como um dos cenários a favela do Santa Marta.

comunidade.” Uma turista, moradora do bairro de Santa Teresa, disse ter levado um pessoal de São Paulo, hospedado na sua casa, pela seguinte razão:

Eu trouxe porque eu acho muito mais interessante vir aqui do que ficar visitando aquela parte da zona Sul que não tem nada, a gente tá cansado de saber, e aqui eu acho que é bem bacana saber como é a realidade das coisas (17/02/2015).

Enquanto um turista dos Estados Unidos achou que, a visita à favela, lhe forneceria informações sobre o modo de vida das “pessoas pobres”:

Quero saber da organização social da favela, como é, como as pessoas pobres vivem. Informação de primeira mão. (08/02/2016).

Ao serem perguntados, o que haviam ouvido falar do Complexo do Alemão (*Já tinha ouvido falar do Alemão? Já conhecia algo do Alemão? O quê? O que já visitou do Alemão?*), algumas das respostas diziam respeito ao estigma negativo do território, construído a partir dos conflitos armados e do tráfico de drogas, a violência, que é perigoso, lugar de tráfico de drogas, lugar de guerra, e que é feio. Logo, em seguida à resposta, porém, observam que o que viram foi uma “realidade muito diferente.”

*Turista 01: Que é feio...rsrsrs...mas não é.
Turista 01: o que os jornais falam, né, que é perigoso, que tem tiroteio, que tem assalto; e quem vem aqui vê que não é realmente isso que aparece na mídia, é o oposto; aqui tem segurança, tudo, tudo isso aí. (São Paulo, 15/02/2015).*

Muita coisa (...). Muita coisa ruim e muita coisa boa. (São Paulo, 16/02/2016).

A maior parte diz que ouviu falar, através da televisão e dos jornais, especificando as manchetes que “transformaram” a biografia do Alemão: a invasão (*retomada*), a “pacificação” e a ocupação. Ter ouvido falar ou ter conhecido o Alemão, por causa das notícias sobre o teleférico, e por causa da novela *Salve Jorge* também aparecem como respostas. Apenas um grupo de turistas relata ter ouvido falar do Complexo, como “a maior comunidade que existe.” Por outro lado, um grupo aponta que a atenção, para o Alemão, foi despertada pelos filmes *Cidade de Deus* (que, na verdade, não foi passado no Alemão) e *Tropa de Elite*. Nenhum deles cita o filme *Alemão*, de José Eduardo Belmonte.

Curiosamente, a maioria das respostas às perguntas: *Teve medo de vir visitar? Por quê?* Foi um “não”; (“tranquilo”, “não tive medo, não”, “de forma nenhuma”, “foi bem calma a visita”), mesmo tendo noção do estigma que havia, anterior à *retomada*, de “área dominada pelo medo” (TV Globo). A razão aparece na propaganda da “pacificação”, em especial, do Complexo do Alemão: o grande apoio da mídia ao programa, como defende Vera Malaguti Batista (2011).

Turista 01: Não, da comunidade não.

Turista 02: Da comunidade eu também não tive medo, porque é pacificada, né. (Pernambuco, 16/02/2016).

Não tivemos medo porque ouvimos sobre os militares que dominaram (Estados Unidos, 08/02/2016).

Tem a questão da UPP que a gente se sente mais seguro. Com vontade de conhecer.” (08/02/2016).

Alguns lembravam o histórico “perigoso” do lugar, mas mesmo assim encontravam maneiras de se sentirem seguros, na hora do passeio, ou de superarem “um medo, que ainda persiste”.

Turista 01: Tive medo...rsrsrs...mas na verdade é diferente do que onde a gente mora, é bem diferente, então...

Turista 02 (morador do Rio): É, depois da UPP né, que aconteceu aqui, que deu uma melhorada, então a galera vem mais pra conhecer, sabe, porque agora está mais tranquilo, não é como antigamente, porque antigamente era...o tempo inteiro era complicado; então a gente...tiveram a coragem de subir e eu vir aqui, eu trouxe, falei que estava...dava pra subir, dava pra passear, e que podia ficar tranquila. (Paraná e Rio, 16/02/2015).

A desconfiança, quanto à segurança, aparece na busca por uma intermediação, de algum guia ou de um conhecido, ou na consulta a pessoas consideradas “de confiança.” Seja perguntando aos funcionários do teleférico, antes de subir, ou seja sendo conduzidos, por um guia de turismo, ou acompanhados por um morador da cidade.

A visão que a gente tinha, antigamente, era de um lugar super perigoso, né? Tinha muito tráfico, muita morte, muita violência. Então, pelo fato de terem pacificado, o teleférico, né, que eu acho que é uma coisa muito boa pra comunidade, foi que a gente ficou interessado em conhecer. Não [tive medo] nenhum pouco (...) até

mesmo porque o nosso guia passou a informação aí, que era tudo tranqüilo, então...(Nova York e Rio, 15/02/2015)

Mas também é assim, eu tenho referência que é tranqüilo, eu tenho um amigo que mora num morro aí, assim, eu liguei pra ele...(China e Rio, 15/02/2015).

Só que a gente pergunta lá embaixo, agora né, como é que tá hoje... “hoje dá pra subir? Não, hoje tá tranqüilo”. Aí eu trago, senão a gente volta de lá mesmo. (taxista levando um grupo de São Paulo, 15/02/2015).

Mas há um preconceito muito grande quando se fala de favela. Mas eu perguntei lá embaixo se tinha problema. Os gaúchos vêm aqui assustados! A mídia de lá critica muito a cidade. (Rio Grande do Sul e Rio, 08/02/2016).

Observa-se, numa análise mais detalhada, dessas respostas, que o medo aparece de forma indireta. Na verdade, ele é diluído pela sensação de proteção que a estrutura do teleférico (as estações, as gôndolas fechadas, os funcionários e os seguranças do teleférico) e o prédio da UPP, no alto das Palmeiras, com os policiais de armas na mão, proporcionam. Como as práticas de turismo dessas pessoas se resumiam à subida pelo teleférico, à visita ao entorno da estação Palmeiras e à descida pelo teleférico, tudo acabava parecendo muito seguro, como diz, claramente, um grupo do Paraná:

Turista 01: E a comunidade em si está bem tranqüila, a gente vê lá de cima, é tudo bem limpinho, tu não vê aquela coisa agressiva de arma, essas coisas assim, não vê ninguém com medo, né, as pessoas fazendo churrasco, é...tu sente o cheirinho da comida das pessoas no teleférico. É legal isso, as crianças brincando na rua, tu não vê aquela...

Turista 02: Tudo trouxe um conjunto de segurança, tanto a obra [do teleférico] como o local. (Rio, 15/02/2015)

No Alemão a gente se sentiu seguro desde lá de baixo até aqui em cima. Não teve contato com nenhum tipo de ameaça. Até a urbanização que o teleférico trouxe dá uma sensação de segurança. (Paraná e Rio, 08/02/2016).

A “falta do contato” com algo perigoso ou indesejável ao turista, faz parte do que Boorstin classificou, como o passeio passivo e controlado. Para distinguir “viagem” de “turismo” e, escrevendo numa época em que o pacote turístico era o tipo de viagem mais

popular nos Estados Unidos, Boorstin compara esse tipo de turismo a uma “bolha ambiental” que isolaria o turista da estranheza do ambiente, que o cerca e o hospeda (URRY, 2001, pág. 23). O teleférico fez exatamente o papel desta “bolha.”

Você imagina, você está lá em cima, você não tem pra onde correr...Se você visse coisas que não podia ver lá em baixo, você ia ficar num desespero tamanho, né. Você imagina você encontrar lá embaixo, você olha lá pra baixo estão os caras armados, brigas e coisas assim; então é...bem....ia ficar bem chato. (Rio de Janeiro, 15/02/2015).

Um guia de turismo que levou um grupo de suecos diz o seguinte: Depois que implantaram o teleférico, ficou muito organizado, quer dizer, na verdade o turista acaba visitando uma região de comunidade de uma forma mais segura, de uma forma mais tranqüila, porque antigamente a gente fazia aquela inserção deles né, das comunidades; mas hoje em dia, você tem essa opção, deles visualizarem e ao mesmo tempo de uma forma mais tranqüila. (15/02/2015)

Dá pra ver tudo realmente de lá de cima, o teleférico é muito legal, tudo muito organizado, tudo muito limpo, tudo muito explicado, organizado; a organização dos trabalhadores daqui, a atenção deles com a gente, muito bom. (Bahia e Ceará, 15/02/2015).

A insegurança e o medo do turista, ao visitar o Complexo, - pode-se estender esse pensamento também a outras favelas, - fica evidente, quando é perguntado se não gostaria de descer os becos e conhecer, mais de perto, o cotidiano dos moradores (*Já tentou entrar pelas comunidades? Já entrou? Qual foi sua percepção?*).

Medo não, mas de descer [pelas comunidades] sim. (Espírito Santo e Rio, 17/02/2015).

Pra mim seria uma boa, mas as outras pessoas que estão comigo, eles dizem que, talvez, para um gringo é mais difícil e tal (Suécia e Rio, 15/02/2015).

Na resposta a esta pergunta, vários turistas dizem não ter certeza, da segurança para entrar nas comunidades. Um deles foi bastante direto, dizendo que não entra por medo, enquanto outro diz que “prefere fazer o passeio, com segurança. Só subir e descer pelo teleférico.”

Turista 01: (...) eu acho que andando pela comunidade não tem nada demais que a gente já não conheça, eu acho que o que se aprecia mesmo [aqui no Alemão] é a vista que o teleférico proporciona.

Turista 02: Na verdade, na verdade, nós viemos mais pra passear no teleférico. (Bahia, 15/02/2025).

A ideia de que os espaços, que se tornam “turísticos”, promovem maior segurança e dinâmicas diferentes de outros espaços, parece fazer sentido. Em 2015, numa de minhas visitas à cidade de Medellín e à Comuna 01, encontrei na Biblioteca-Parque España, dois jovens franceses que iriam descer o morro da Comuna, a pé, não utilizando o teleférico. Comprei a ideia e quis experimentar. Um comportamento, que me impressionava, enquanto andava nos arredores da estação Santo Domingo, era que, mesmo sendo reconhecido como um estrangeiro (pelas roupas, comportamento, fala e câmera fotográfica na mão), eu nunca fui abordado por moradores, querendo vender algum produto (comida, objetos) ou oferecer algum serviço. Apenas algumas crianças, dentre elas o Sebastián, que sempre ofereciam, na praça perto do gradil, onde os turistas tiravam fotos, contar a história da transformação da Comuna, em troca de contribuição financeira. Isto mudou, quando comecei a descer, às 16h15, o morro, a partir da estação Santo Domingo. As ladeiras são muito inclinadas, o que dificulta a descida. Vejo moradores na varanda das casas, conversando, e que, quando me veem, começam a fazer brincadeiras, imitando uma fala em inglês - sou confundido com um turista norte-americano, a todo momento, nas ruas de Medellín -; mais abaixo, uma criança de uma casa mais afastada, grita perguntando, repetidamente: *Eres turista?? Eres turista??* A urbanização da Comuna se mantém até a estação de baixo. Existe um caminho para o pedestre, mas, para quem está sozinho e não conhece o espaço, existe o risco de se perder, como aconteceu, algumas vezes, comigo. Em uma das escadas que levam até a estação abaixo, encontro um grupo de jovens, consumindo drogas. Eles falam alguma coisa comigo, mas, acredito que, pelo nervoso, acabo não entendendo e continuo descendo. Desço ainda mais rápido, e chego à estação Popular, abaixo da Santo Domingo. A partir das experiências vividas, a pé, desisto de descer até a estação Acevedo. Pareceu que, realmente, a sensação de perigo e o risco podem estar presentes, ao menos em assentamentos informais, nos espaços desacostumados com o “estrangeiro”; que não foram “turistificados”. Tomei o teleférico e desci na estação Acevedo. Nesta estação encontrei, também de saída, os dois jovens franceses: haviam desistido de descer a pé.

No Complexo do Alemão passei por situação similar, quando descii acompanhado pelo Cléber Araújo, do alto das Palmeiras, até a Praça do Conhecimento, tomando becos diferentes daqueles que estavam definidos pelos roteiros turísticos comercializados. Em um desses becos, passamos por três jovens, com armas em punho.

O medo de tomar a gôndola no teleférico, por causa do balanço e da altura, pareceu para alguns, como sendo maior, que o de estar visitando o complexo de favelas, considerado o mais perigoso, da cidade do Rio de Janeiro.

Turista 01: Gostei. Eu achava que ia ter mais, assim medo, meu problema é a questão da altura [do teleférico], mas é muito bonito, a imagem, a paisagem é muito bonita, e gostei, gostei mesmo.

Turista 02: Mas é tranquilo. Essa estava com um medo que a mãe dela não queria que ela viesse, porque muito se fala, o pessoal fala muito: “tiroteio, veio pro Rio, não vai subir, muita bandidagem.” (Paraíba, Sergipe e Pará, 15/02/2015).

E o que será que os turistas gostaram desse passeio controlado? O que mais impressionou na visita? (*O que você já olhou da favela? O que você viu de diferente entre a favela e a cidade? Você já visitou outras favelas? Quais? Encontrou coisas diferentes? O quê?*). As respostas a estas perguntas apontam um variado elenco de apreciações. É possível afirmar – e isso é comprovado com qualquer parente nosso, que chegue de uma viagem – que, dificilmente, se diz, que não se gostou de uma viagem empreendida, de um passeio ou de uma visita, que objetiva o lazer. Desta forma, não é surpresa que todos os turistas do Alemão digam que tenham gostado da visita. Gostaram, de quê?

Muitos turistas se mostraram impressionados com a paisagem (da vista, acham bonito, etc) e com a extensão da favela. Outra categoria que aparece, muitas vezes, é o teleférico (do passeio, da estrutura, da “engenharia”). Alguns citam, apenas, o teleférico, como aquilo de que mais gostaram na visita. Aparecem, porém, outras categorias: de conhecer ou ficar perto do projeto da UPP, das pessoas (do carisma, da atenção, etc.), da história da invasão, da segurança e da tranquilidade. Um grupo de turistas disse ter gostado mais dos quiosque,s e outro, das crianças.¹⁵⁹

¹⁵⁹ No alto das Palmeiras, em dias de movimento de visitantes, era muito comum encontrarmos crianças, em geral moradoras dos arredores do Morro, brincando e pedindo dinheiro para os turistas para comprar balas e doces. Algumas apareciam vendendo água em isopores ou simples artesanatos feitos de linha ou de objetos espalhados pelo chão.

Do teleférico; aqui também [do alto da estação Palmeiras] aqui também é bonito, muito bonito. Conhecer a UPP né, que foi pacificadora também. (Espírito Santo, 15/02/2015).

O visual também e também as pessoas daqui da comunidade que tratam a gente com todo carinho, muita...são bem delicados, muita gentileza e, assim, nos tratam muito bem. (...) até quando eu postar hoje [numa rede social] acho que muita gente vai dizer “poxa, você é corajosa porque está no Morro do Alemão”. Porque, pra quem não conhece, passa uma imagem que...quando você chegar aqui é fogo cruzado, literalmente, fogo cruzado, e não é isso. É um ambiente de paz, é muita gente do bem que mora nas comunidades (...) enfim, eu amo o Rio de Janeiro. (Pernambuco, vieram para desfilar na Padre Miguel e Unidos da Tijuca, escola de samba, 16/02/2015).

Olha eu gostei...eu gostei bastante, assim, da estrutura né, a parte do banheiro, é tudo muito limpinho, tem uma estrutura muito boa, a parte da UPP que é bem grande, tem policiamento, e a integração das crianças que estão sempre ali né, conversando, pedindo dinheiro ou querendo chamar a atenção de alguma forma. (São Paulo, 16/02/2015).

Tem notícia boa, notícia ruim, essa pacificação, UPP, teleférico, que hoje está bem tranquilo, o pessoal vem á vontade; até comentaram com nós: “se quiser vir num baile funk aqui no morro, pode vir que é super tranquilo”, entendeu? Muita família boa; só coisas boas, hoje, tudo ao contrário do passado, de 5 anos atrás, 10 anos atrás. (Paraná, 17/02/2015).

Eu gostei muito da parte do teleférico, da uma emoção de a gente ir pra lá, ver um mar de casas também (...) a paisagem embaixo é bem legal. (Rio Grande do Norte, 17/02/2015).



Figs. 183 e 184: O “mar de casas”. “Um outro mundo; um mundo dentro de outro mundo” observado pela turista. Imagens feitas de dentro da gôndola do teleférico. Fonte: fotos do autor, 2014 e 2015.

Alguns poucos turistas aproveitaram a visita para “refletir” sobre a organização espacial e social da favela. As opiniões nem sempre foram positivas e algumas mostraram os preconceitos que estes espaços costumam receber, ou o estranhamento por determinada dinâmica cotidiana: o lugar diferente e desordenado, o *locus* da pobreza e da população negra, dos excluídos e sem boas condições de vida.

Turista 01: É diferente, né?

Turista 02: Não sei como consegue morar assim, é muito tumulto, muita bagunça. (Minas Gerais, 15/02/2015).

São pessoas pobres que conseguem viver juntas. (Alemanha, 15/02/2015).

Acho que mesmo a gente passando por cima você vê, eu falei para ele, nitidamente a visão étnica e social que no Rio de Janeiro, vai da zona Sul, eu moro em Ipanema...No Brasil todo. Mas aqui é muito nítido, você vê a comunidade, parda-negra, pobre, e na zona Sul a branca, rica, né; então é bem marcante. (Espírito Santo e Minas Gerais, 16/02/2015).

Primeiro, a vista é maravilhosa; segundo, apesar de ser deprimente no sentido social, de ver a favela, mas pra mim é algo muito interessante de ver essa cobertura de como as pessoas se adaptam ao meio, pra mim isso aí...(Sergipe, turista formadora de policiamento comunitário, 16/02/2015).

É triste ver isso. Eu gostei da oportunidade mas ver as pessoas morando assim é tão triste, fico desconfortável. Fico desconfortável de ver pessoas estranhas aqui visitando eles como um zoológico. Não sei se eles acham a mesma coisa mas eu acho. (Alemanha, 16/02/2015).

Inclusive eu estava comentando com a minha esposa aqui, no trajeto [do teleférico], agora, a gente fica indignado de escutar a avaliação das pessoas [de turistas no teleférico] (...) de ser um habitat, um novo tipo que...algumas pessoas se salvam, né; “ah, fulano se salvou, foi morar lá na Suíça, estudando apesar de ser daqui se salvou.” (São Paulo, 17/02/2015).

Na minha opinião é estranho ver a intimidade das pessoas de cima (...) assim, as casas ficam abertas, as pessoas vêm, não sei (Minas Gerais, 17/02/2015).

A dona de uma agência de turismo, no Rio Grande do Sul, que visitava o Alemão com uma amiga carioca, disse que, o que mais lhe havia chamado a atenção, fora uma percepção negativa de limpeza (achou bastante sujo, e sugeriu que, se o objetivo era receber turistas, que isso tinha que melhorar). O interessante é que ela cita, também, a adrenalina que sentiu, durante a visita: a tensão de pensar se vai “acontecer alguma coisa”, ratificando que a insegurança não está totalmente banida dos sentimentos dos turistas e que o risco pode ser, também, fonte de prazer. Muitas vezes, inclusive, parece funcionar como motivação.

A sensação de segurança, provavelmente evocada pela presença dos policiais da UPP e de toda a propaganda, a respeito da “pacificação”, feita na cidade e no país, levou uma turista a considerar “a paz”, como aquilo de que mais gostou na visita. Sendo moradora do Rio de Janeiro, não deixou, porém, de observar que o espaço, em que foi estabelecida esta “paz”, havia sido arbitrário e que não privilegiava todos os moradores da cidade:

Da paz (...) A paz, estou impressionada (...) Nossa, pelo que a gente viu pela televisão, tô...tô pasma (...) se não fosse a migração dos traficantes, seria melhor ainda (...) Porque o que eles perderam aqui, nós ganhamos na Baixada. (Baixada Fluminense (Belford Roxo) e Espírito Santo, 17/02/2015).

Um turista austríaco fala de um aspecto, também, muito comum, na opinião de turistas estrangeiros que visitam favelas na cidade do Rio de Janeiro. Um aspecto que, inclusive, é usado para sua venda e promoção: o de “lugar autêntico”, contrapondo, ao Rio de Janeiro, “Cidade Maravilhosa” e dizendo que este seria o lugar escolhido para ele morar.

Uma pena para mim que aqui tenham poucos turistas. Eles preferem Copacabana, Ipanema...mas isso [o Alemão, a favela] pra mim pé mais profundo. As pessoas pobres daqui necessitam ganhar dinheiro então deveriam vir mais turistas. Para mim as pessoas são muito boas, tem muitos filhos...nas zonas turísticas é outra forma de vida. Para morar prefiro aqui que numa zona turística. Os hotéis 5 estrelas são todos iguais (Áustria, 15/02/2015).

Não faltou uma palavra de solidariedade, para com os policiais da UPP, no rol daquilo que mais impressionou na visita. Alguns turistas chegavam até mesmo a tirar fotos com os policiais, ou em frente ao prédio da UPP.

Os policiais passam por tanta dificuldade aqui e ainda são alegres pra tirar fotos com os turistas. (...) os problemas daqui do morro, os

tirroteios, enfrentar esse negócio...e ainda são capazes...e eles ainda são capazes, não é, de soltar um sorriso pra tirar fotos com a gente, de repente..e feliz. (Minas Gerais, 16/02/2015).



Figs. 185, 186, 187: Turistas fotografando com policiais e em frente ao prédio da UPP no alto das Palmeiras .
Fonte: fotos do autor, 2016.

A partir de uma percepção superficial e, numa comparação visual, com as favelas de suas cidades (*Na sua cidade também há favela? É igual a esta? Igual em quê? Diferente, como?*), o estranhamento e a diferença aparecem nos depoimentos de turistas, provenientes do Paraná, de Minas Gerais, do Pará e de São Paulo.

Turista 01: Tudo, tudo diferente; a visão é diferente, o povo é diferente, tudo diferente.

Turista 02: O jeito de ser, né, as casas são todas diferentes. Lá em Curitiba não tem favela assim. (Paraná, 16/02/2015).

Quando perguntados se já haviam visitado outra favela no Rio de Janeiro (*Você já visitou outras favelas? Quais?*), foram citadas o Santa Marta, a Rocinha, o Vidigal e a Maré, (esta última por dois grupos de turistas, que tinham parentes no Complexo da Maré). Indagados se tinham a intenção de visitar outra favela, ou não, as respostas ficaram equilibradas. Parte dos turistas não tinha interesse, ou não tinha tempo para fazê-lo; enquanto, outra parte, pretendia. As favelas, citadas como as possíveis visitas, foram as consagradas, como “turísticas”, da zona Sul: Rocinha, Santa Marta e Vidigal.

Algumas respostas se mostraram interessantes para reflexão. Além da questão da segurança que era sempre citada como obstáculo a uma possível visita a outra favela, (“não sabemos se as outras são pacificadas”; “fomos orientados a entrar, apenas, com alguém do lugar. Se houver alguém conhecido, entramos” ou “não temos certeza, quanto à segurança nas outras.”), apareceu a questão da mobilidade. O Alemão havia sido escolhido, como favela a ser visitada, pela facilidade de se subir o morro, através do teleférico. E, este equipamento de mobilidade urbana era em si, considerado um passeio. A subida a pé ou de moto-táxi, às

outras favelas, não parecia uma ideia muito agradável, para alguns destes turistas. Um grupo de turistas, provenientes do Rio de Grande do Sul, cita o morro da Providência, como próxima favela a ser visitada. Muito, provavelmente, por causa do teleférico, que havia por lá.

Acho que só aqui, porque tem maior acessibilidade, é mais fácil; as outras, devido estarmos com criança, tem que caminhar mais e tudo, aí fica um pouco fora de mão. (Minas Gerais 15/02/2015).

Turista 01: Só se tiver teleférico...rsrsrs

Turista 02: Pra não cansar muito pra subir.(São Paulo, 16/02/2015).

Se tiver de fácil acesso, assim, como é o Alemão, é de fácil acesso, assim, conseguir chegar ao topo, sim. (Espírito Santo, 17/02/2015).

A orientação que temos é de entrar com um morador da comunidade. Sem ter ninguém conhecido não vamos entrar em outra favela não. Daí a gente só veio mesmo por causa do teleférico.” (Rio de São Paulo, 08/02/2016).

Não faltaram palavras positivas dos turistas, ao se referirem ao teleférico: “Adorei!”; “Amei”; “Show!”; “Maravilhoso!”; “Muito bacana”; “Muito mais barato que o Pão de Açúcar”. Alguns tiveram medo de realizar o trajeto, por causa da altura e do balanço, enquanto dois grupos ressaltaram, apenas, o calor que sentiram nas cabines. Outros dois grupos disseram que pensavam que aquele era o “bondinho”, que levava para o Pão de Açúcar. Outras impressões dos turistas foi gostar da “segurança”, porque era “supertranquilo”, “pela vista que se tem da cidade”, pela estrutura “bem cuidada”, por ser “diferente.”

O teleférico, foi apontado como a motivação principal da visita ao Complexo do Alemão e, levando-se em conta todas as respostas, foi citado como o elemento de que mais gostaram na visita e, para muitos deles, certamente, contribuiu, e bastante, para que o Alemão, e não outra favela da zona Sul, fosse escolhido como destino de lazer. As impressões sobre o teleférico, e de se “olhar uma favela de cima” foram quase sempre as melhores. (*O que achou do teleférico? Como foi essa experiência no teleférico? Teve medo no teleférico? O que significa olhar uma favela em suspenso?*).

Excelente. Adoramos; muito bom! (EUA, 15/02/2015).

Eu gostei mais do Complexo [que da Rocinha], pelo fato de a gente ter uma outra visão, né, lá a gente teve a visão que a gente teve daqui pelo fato do...de estar no teleférico. (EUA, 15/02/2015).

A pobreza é bonita...rsrsrs...A favela de cima é bonita...rsrsrs (Rio Grande do Sul, 15/02/2015).

Achei, também, a questão da estrutura muito legal, muito...engenharia boa e...essa visão de trazer os bens culturais e acesso e ligar as duas faces de comunidade com outras classes sociais, isso ai aproxima. (Sergipe, turista formadora de policiamento comunitário, 16/02/2015).

Bem melhor que o Pão de Açúcar que você paga, poxa, mais de R\$ 60,00 pra ir naquele negócio e você não vê nada de...não, o que você vê é bonito, mas pô, aqui é outra coisa (São Paulo, 17/02/2015).

E o barato (...) é o Estado a serviço da comunidade. (São Paulo, 17/02/2015).

O que se conclui, a partir de algumas das respostas das enquetes, foi que o trajeto de teleférico realizado pelo turista, desde a estação de Bonsucesso até a estação Palmeiras, deu-lhe a impressão de ele ter “conhecido a favela.” Apenas o olhar panorâmico, do alto, fez com que alguns dissessem que haviam gostado muito de ter conhecido a favela. Fazendo uma analogia do trajeto do teleférico e da recepção dos turistas, no alto das Palmeiras, como uma performance, lembramo-nos de Barbara Kirshenblatt-Gimblett (1990), que diz: festivais apresentados a visitantes, por exemplo, podem ser vistos, como que governados por uma estética de pura teatralidade. O trajeto do teleférico está lá, funcionando continuamente, em princípio para atender a uma necessidade de mobilidade dos moradores, mas os turistas, que nele entram, o veem como o trajeto de um passeio. Executa-se uma performance da favela para o turista, a partir dos vidros das gôndolas. E, os atores que esperam por turistas no alto das Palmeiras, também encenam determinado comportamento para atrair-lhes a atenção e vender suas mercadorias.

Porque aqui tem o teleférico, como ela falou, e você está vendo de cima, tudo, tudo ou quase tudo, você está tendo uma visão ampla. Lógico, é evidente que se você descer pelas vielas, você vai ter uma outra visão. Mas eu acho que pro turista, ele vendo de cima, próximo, bem próximo, não está longe, ele já tem uma ideia do quê que é o

Complexo. (Taxista que levou um grupo de estadunidenses ao Complexo, 15/02/2015).

Kirshenblatt-Gimblett diz que muitos dos festivais ou de exposições feitas para turistas, tendem a resumir todo um espaço ou uma cultura complexa. Cita o exemplo do *Polynesian Cultural Center*, um parque temático e museu vivo, localizado na costa de Oahu, no Havaí. Neste local são simuladas oito vilas tropicais onde artistas-atores mostram vários artesanatos, referentes à toda a Polinésia.

All the Polynesia is represented on forty-two acres of the Hawaiian Island Oahu, at the Polynesian Cultural Center: according to a 1985 promotional brochure, “more people come to know and appreciate Polynesia while touring these beautiful landscaped grounds than will ever visit those fabled islands. (pág. 419).

Ela observa, no entanto, que conhecer uma sociedade apenas durante seus festivais (ou, dizemos aqui, durante seus dias festivos onde os turistas fazem parte da performance), filtrada pelas lentes do espetáculo para os turistas, é levantar alguns problemas: a ilusão de uma transparência cultural diante de uma indecifrável complexidade, e a imagem de uma sociedade que está sempre de férias. Festivalizar uma cultura é fazer com que todos os dias sejam feriados.¹⁶⁰ (pág. 419 e 420). Um grupo de turistas de São Paulo, desconfiou:

Coisa pra inglês ver; literalmente. Porque eu não acho que querem que a gente pise num solo e veja qual é a real, qual é a situação real e sinta o cheiro, entendeu? É só uma maneira de você maquiagem a coisa; é a minha percepção. (17/02/2015).

Lembro-me quando levei um grupo de alunos da UNIRIO, para visitar o Complexo do Alemão, como atividade acadêmica; de uma aluna que, no meio do trajeto do teleférico, compara a experiência a um brinquedo da Disney. Para os turistas, foi tentadora a ideia de usar o teleférico, como diversão.

Excelente! Se eu pudesse dar uma nota de zero a dez, seria dez; a gente está querendo descer e subir de novo. (Paraná, 17/02/2015).

Ah, [do que gostei mais?] passear no teleférico...rsrsrs (Paraíba, 17/02/2015).

¹⁶⁰ *To festivalize culture is to make every day a holiday.*

Um grupo de turistas de Minas Gerais e da Bahia, não deixou de elogiar o Alemão, pela tranquilidade e beleza, *Gostei! Ah...eu vi tranquilidade! É bonito, é tranquilo!* Este mesmo grupo, no entanto, observa o teleférico de maneira mais realista. Perguntam se há manutenção, criticam quanto ao seu uso pelos moradores e arriscam uma profecia: *porque eu não estou vendo pessoal da comunidade não, é mais turista...o teleférico ainda é novo, dois anos e meio, você acha que vai ser conservado, para continuar funcionando legal, como está aqui, daqui há 10 anos? (15/02/2015).*

CAPÍTULO 4

OUTROS FIOS: A CIDADE DE MEDELLÍN E A COMUNA 1 COMO CONTRAPONTO

4.1 Mobilidades, território urbano e percursos turísticos

Na sua obra *Antropologia da cidade: lugares, situações e movimentos*, Michel Agier reflete sobre a cidade, como lugar estratégico para pensar pelo viés da antropologia, relações de identidade, etnicidade, territorialidade, lugares e fronteiras, dentre outros. Considera principais, três entradas do conhecimento urbano: a dos saberes (a cidade dos antropólogos), a dos espaços (a cidade em processo) e a das situações (a cidade em movimentos). Inspirado nesta obra de Agier, procuro, neste capítulo, refletir sobre a cidade de Medellín, Colômbia e nas suas implicações com o turismo. Interessam saberes vinculados à produção material e simbólica da cidade, dando atenção especial aos *souvenirs*¹⁶¹ e imagens turísticas comercializadas *na* e *sobre* a cidade; os espaços sociais e simbólicos, demarcados a partir dos modos de ocupação e das redes de mobilidade urbana, retomando-os, como *lugares* de movimento turístico¹⁶².

Partindo destas três entradas e dos dados coletados em três visitas de estudo à Medellín, busco, em especial, compreender o movimento turístico na *Comuna 01* – particularmente, na estação de *metrocable* Santo Domingo – em um contexto de requalificação simbólica da cidade, qual seja, a mudança de uma imagem de centro urbano, “mais violento do mundo”¹⁶³, à cidade-marca de inovação e referência mundial em transformação social. Esta nova apreciação, valorada positivamente, aparece no discurso oficial, diretamente ligada, às diversas modificações do espaço público e das construções de cunho social, realizadas pelo governo municipal: uma arquitetura inovadora e uma ideologia, chamada “urbanismo social”.

¹⁶¹ Os *souvenirs*, ou *recuerdos turísticos*, como são chamados em Medellín, são pequenos objetos (em geral) que tematizam simbolicamente a cidade, vendidos aos turistas, como referências de passagem pelo local. Estes os compram na intenção de levar para casa uma recordação do local ou cidade que visitaram e/ou para presentear pessoas conhecidas.

¹⁶² Considero “lugar de movimento turístico” todo aquele em que o fenômeno turístico é instaurado e que passa, então, a receber um número significativo de turistas.

¹⁶³ Expressão usada por Murilo Cavalcanti no seu livro *As lições de Bogotá e Medellín*, 2013.

Nas pesquisas de campo, identifiquei a *Comuna 1* como um espaço social e simbólico, de algum modo semelhante àquele do Complexo do Alemão, onde o estigma da pobreza e a sua transformação, no discurso oficial, de território de violência, de “guerra”, para território de “paz”, ocorreu, em grande parte graças, a inovações urbanísticas emblemáticas e a projetos sociais. Nos dois casos, houve interesses de exploração turística, nos quais a *mudança* é a atração principal, motivando visitantes, que antes, sequer, pensavam em visitar uma área entendida como, socialmente, degradada e perigosa. Segundo a professora Suly Quinchía, da Escola de Planejamento Urbano-Regional de Medellín, o turismo surge, na Comuna 1, como uma ação não-planejada, como efeito da transformação urbana e social, difundida, como imagem de cidade, para o mundo. Enquanto em Medellín o turismo apareceu, como consequência das intervenções urbanas, no Complexo do Alemão o turismo aparecia, indiretamente, desde a construção do teleférico.

Ainda inspirado na obra de Michel Agier, busco deslocar meu olhar para as pessoas, que vivem, sentem e “fazem a cidade”. Procuo, assim, perceber, pelos discursos e práticas turísticas, como a cidade é inventada e vivenciada.

As ferramentas de pesquisa para a produção etnográfica, que utilizei em Medellín, além da observação participante, foram entrevistas com moradores e representantes comunitários, na Comuna 1; conversas e entrevistas com professores e professoras de duas Universidades locais – incluindo com um professor que, também, pesquisa o tema do turismo, na estação de Santo Domingo -; registros fotográficos; contatos prolongados com órgãos oficiais de turismo; visitas turísticas, através de roteiros estabilizados e guiados, e anotações de campo.

Ao tratar das inovações urbanas e sociais, concretizadas pelos projetos oficiais da municipalidade, me aproximo de teorias de Michel de Certeau, em sua obra *A invenção do cotidiano: artes do fazer*. Para Certeau, o fato urbano é tratado como uma unidade que depende de uma racionalidade urbanística. A cidade instaurada pelo discurso utópico e urbanístico, que associo aqui ao discurso oficial, é, segundo o autor, definida por uma tríplice operação: i) a produção de um espaço próprio (uma organização racional, onde são recalçadas as poluições físicas, mentais ou políticas, que a comprometeriam; ii) a cidade, vista como integrada, moderna, sem traços de atraso e iii) a criação de um sujeito universal e anônimo, que é a própria cidade (a esta “cidade” podem ser atribuídas funções e predicados, que são disseminados e distribuídos a múltiplos sujeitos reais, a grupos, a associações e a indivíduos)

(CERTEAU, 1994, p. 172-173). A cidade-modelo construída pelos sujeitos reguladores, pode, contudo, não ser a mesma cidade, percebida e/ou vivenciada pelo cidadão, ou pelo turista.

Já na análise da *Comuna 1*, como lugar de movimento turístico, recorro a Pierre Bourdieu e às *Razões Práticas: sobre a teoria da ação*, em especial, à diferenciação, que faz o autor, entre espaço social e espaço simbólico. Considero a Comuna 1 distinguida das outras Comunas, por ser o local da primeira linha de *metro cable* da cidade, o local da única linha turística de *metro cable* da cidade e o local da biblioteca-parque, ícone da cidade (a Biblioteca-Parque España). Um espaço relacional, onde mora uma população, predominantemente de baixo capital econômico, mas que adquiriu, no discurso oficial e no discurso turístico, um valor simbólico, de distinção, passando a atrair turistas em visita à Medellín. Para Bourdieu, os agentes ou grupos são distribuídos nos espaços sociais, de acordo com dois princípios de diferenciação: o do capital econômico e o do capital cultural (BOURDIEU, 1996, p.19).

4.2. Uma cidade cercada de montanhas.

Apelidada de “cidade da eterna primavera”, por causa do seu clima sempre ameno, ou de “capital da montanha”, por estar cercada de morros, Medellín é a segunda maior cidade e a segunda mais povoada da Colômbia¹⁶⁴. Foi fundada, no século XVII, com o nome de *Villa de Nuestra Señora de la Candelaria de Medellín*. Em 2012, apresentava uma população de 3.400.00 hab.¹⁶⁵

Sendo a Colômbia dividida, politicamente, em Departamentos (32 Departamentos e um Distrito-Capital, Bogotá), Medellín ocupa a posição de capital e de cidade mais povoada do Departamento de Antioquia. Situada num vale natural, conhecido como *Valle de Aburrá*, a 1.479 metros de altura, e com uma temperatura média de 21°, se encontra na cordilheira central dos Andes, e constituiu-se, hoje, no maior centro urbano da região Andina. É cortada, de sul a norte, pelo rio Medellín, em cujas margens, se desenvolveram várias Comunas¹⁶⁶. A zona urbana da cidade se divide em seis, que, por sua vez, se subdividem em 16 Comunas.

¹⁶⁴ A primeira é a capital do país, Bogotá.

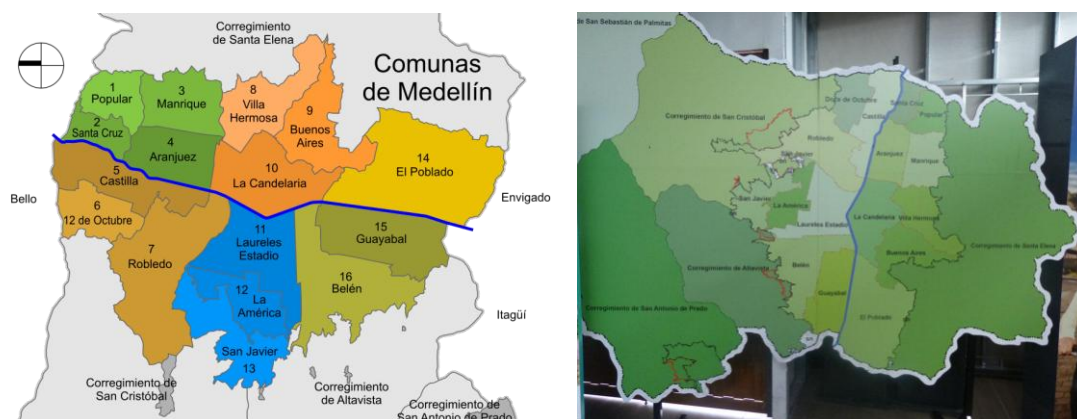
¹⁶⁵ Dado do documentário *História Central, Medellín* apresentado pelo canal de televisão *Señal Colombia*, especializado em documentários e reportagens sobre as cidades, personagens e cultura do país.

¹⁶⁶ “Comuna” é um termo usado na Colômbia, para se referir a uma unidade administrativa urbana que agrupa determinados setores ou bairros. A maioria das cidades-capitais dos Departamentos (como Cali, Neiva, Manizales e Medellín) estão divididas em Comunas. As Comunas são criadas por Conselhos Municipais, por Conselhos Distritais e por Conselhos Metropolitanos e cada Comuna é regida por uma Junta Administrativa. Particularmente em Medellín, era comum, em fins do século XX, vincular o termo apenas a bairros populares de baixa renda, chamando seus moradores, pejorativamente de “gente das comunas”. Meios de comunicação e Universidades buscaram fazer com que o termo fosse aceito como Unidade Administrativa de todos os setores da cidade.

(Figura 04). As *Comunas* se dividem em bairros e em áreas institucionais¹⁶⁷. Já a zona rural é dividida em *Corregimientos*. A cidade, portanto, possui 249 bairros oficiais e 5 (cinco) *Corregimientos*. (Figuras 36 e 37).



Figs. 188, 189 e 190 O *Valle do Aburrá* e a cidade de Medellín. Fig. 182: *El Valle de Medellín em viaje a la Nueva Granada*. Fonte: Litografia de 1869 do doutor Charles Shaffray. Fig. 34, parte do centro da cidade Fonte: foto do autor, 2015. Fig. 183 a maquete da cidade exposta no Museu da Cidade, Cerro Nutibarra. Fonte: foto do autor, 2015).



Figs. 191 e 192: Mapa das *Comunas* de Medellín. Fig. 36 - creditada a De *SajoR*, domínio público. Fig. 185 - mapa apresentado em exposição na *Plaza Mayor*, julho de 2015. Fonte: foto do autor.

A área metropolitana de Medellín é composta por nove municípios (*Caldas, La Estrella, Sabaneta, Envigado, Itagüi, Bello, Copacabana, Girardota* e *Barbosa*) e apresenta uma população, estimada, em mais de 3.500.000 habitantes (segundo dados do Departamento Administrativo Nacional de Estatística – DANE – em 2014). (Figura 05).

¹⁶⁷ Estas áreas possuem algumas características de bairro, mas sua população não é permanente e carece de habitação.



Fig. 193: Mapa da área metropolitana de Medellín com suas nove municipalidades. Fonte: De *SajoR*, domínio público.

Em tempos coloniais, Medellín não teve muita importância, como centro urbano; contudo, com o passar dos anos, foi se transformando, de uma simples estação de rotas comerciais em centro político e econômico do país. Durante o século XIX - já elevada à categoria de cidade e capital de Antioquia - tornou-se um dinâmico centro de comércio, exportador de ouro e de mercadorias industrializadas¹⁶⁸. Os processos importantes de industrialização e de crescimento da população, porém, só começaram na década de 1930. Assim, nos primeiros 50 anos do século XX, a história da Colômbia passa por Medellín. O cruzamento do *Valle de Aburrá* por linhas férreas, a proximidade das fontes de água, (que seriam usadas para a geração de eletricidade e para processos industriais) e de um mercado em expansão, propiciaram a instalação de variadas indústrias, principalmente têxteis.

¹⁶⁸ Para as informações sobre a cidade de Medellín deste subcapítulo são utilizados, basicamente os seguintes sítios eletrônicos: Banco de La Republica em <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/revistas/credencial/febrero2009/medellin.htm>. Acesso em 05 de Fevereiro de 2016; Alcaldía de Medellín em <https://www.medellin.gov.co/irj/portal/visitantes?NavigationTarget=navurl://2a83db1a32eec2531875d0414141bfe1>. Acesso em 06 de Fevereiro de 2016; Espacio e Historia em Medellín em <http://www.jorgeorlandomelo.com/espaciomedellin.htm>. Acesso em 05 de Fevereiro de 2016 e De Turismo por Antioquia em <http://www.deturismoporantioquia.com/regiones/valleaburra/medellin/historia.htm>. Acesso em 05 de Fevereiro de 2016.



Figs. 194 e 195: Fig. 194, fotografia do Parque Berrío (praça central da cidade de Medellín) de 1920. Fonte: postado por Alejo Paisa no sítio eletrônico Skyscrapers.com. Fig. 195, foto antiga mostrando a igreja de Nossa Senhora da Candelária. Fonte: foto divulgada no sítio da Alcaldía de Medellín. <https://www.medellin.gov.co/irj/portal/visitantes?NavigationTarget=navurl://2a83db1a32eec2531875d0414141bfe1>. Acesso em 05 de fevereiro de 2016.

Atualmente Medellín é um importante centro financeiro, comercial e industrial, sediando empresas, nacionais e internacionais dos setores têxteis, de energia, de finanças, de saúde, de telecomunicações, de construção, de automotivos, de alimentos, dentre outras. Os habitantes da região de Antioquia – que são chamados de *paisas*, algo, como “camponeses” – se opõem aos chamados *rolos* – apelido dado aos que moram na capital, Bogotá – e aos *costeños* – aqueles que moram na região do Caribe. Os *paisas* possuem fama, por toda a Colômbia, de comerciantes: costuma-se dizer, entre os colombianos que, para onde vai um *paisa* se abre um comércio.



Fig. 196 e 197. Fig. 196, foto antiga de um *antioqueño* vestindo um traje típico masculino paisa. Fonte: B. de La Calle, 1910. Fig. 197, os trajes típicos *paisas*, feminino e masculino, usados no desfile da *Feria de las Flores*¹⁶⁹, atração turística da cidade. Fonte: Jornal *El Mundo*, 30 de Julho de 2015

¹⁶⁹A *Feria de las Flores* (Feira das Flores) é a principal festa de Medellín e da Antioquia. Dura aproximadamente uma semana e teve início em 1957. O seu ponto alto é o desfile dos *Silleteros*: um desfile de flores carregadas por famílias tradicionais, moradoras do campo, que as cultivam e comercializam. O desfile tem uma duração de aproximadamente 4 horas. Atualmente a *Feria* é um evento comercial e turístico de grande importância para Medellín e que acontece no início do mês de agosto, em geral, junto com o Festival Internacional de Poesia. É comparada nos folhetos turísticos ao Carnaval do Rio de Janeiro e ao *Oktoberfest* da Baviera, Alemanha. Outros eventos importantes para a cidade, assinalados nos sítios e roteiros datados para visita, são a *Feira Taurina de La Candelária*, ligada à tauromaquia e que acontece em janeiro e fevereiro; o

Em 1950 os urbanistas Wiener e Sert¹⁷⁰ elaboraram um Plano Piloto para a cidade. Nele, recomendaram a retificação e canalização do rio Medellín, o que teve início em 1921. Esta obra urbana acabou se tornando uma das mais significativas, da história da cidade, já que esteve associada à construção de duas grandes avenidas, nas margens deste rio. Boa parte da modernização da cidade teve, como responsável, as Empresas Públicas de Medellín (EPM), e que foi, também, a responsável pelo sistema de iluminação pública, de telefones e de transporte. Já o projeto de transporte de massa, começou a ser construído em 1975, quando uma missão belga recomendou a criação de um sistema de metrô de trens, subterrâneo e de superfície. Em 1983, a Empresa de Transporte Massivo Metropolitano abriu a licitação para a construção de um metrô na cidade, o qual começou a funcionar em 1995¹⁷¹. O metrô foi responsável por um impacto enorme na economia, e na autoestima dos *paisas* do *Valle de Aburrá*. Em 2004 a companhia de metrô construiu um modal considerado inovador na cidade: a primeira linha com gôndolas de teleférico, como meio de transporte de massa, integrado às linhas de metrô, até então existentes.

Cabe notar que, a partir da década de 1970, a cidade viu surgirem as chamadas máfias colombianas da droga, ligadas ao comércio ilícito da cocaína. Tal poder econômico resultou em uma série de problemas sociais, políticos e de desenvolvimento graves, tanto para a cidade, quanto para o próprio país. Um trecho do *corrido norteño*¹⁷² *La Ultima Bala*, composto pelo cantor Yuri Buenaventura, como música-tema da série televisiva *Pablo Escobar, El Patrón del Mal*, expressa bem este passado, tenso e indesejado¹⁷³: “*una nación completamente mano atada, entre narcotráfico, corrupción, mi bandera secuestrada*”¹⁷⁴. Neste período, se destaca a figura emblemática do narcotraficante, cidadão de Medellín, Pablo Emílio Escobar Gaviria, confundindo sua biografia com a própria história da cidade. Seu poder define territórios e percursos .

Desfile de Danças, Mitos e Lendas no começo de dezembro e a decoração de *Alumbrados*, também em dezembro, quando centenas de luzes natalinas fazendo desenhos, formas e frases, enfeitam as principais ruas e espaços da cidade. (Fonte: Guia de Medellín, do site de viagens Decolar.com).

¹⁷⁰Paul Lester Wiener trabalhou com Le Corbusier no plano urbano de Bogotá em 1947. Entre 1948 e 1953, junto com Josep Lluís Sert, desenhou planos urbanísticos para as cidades colombianas de Tumaco, Medellín e Cali.

¹⁷¹Medellín é a única cidade colombiana a ter um metrô como modal de transporte. Existem vários projetos para a construção de um metrô em Bogotá, mas nenhum deles se concretizou até hoje.

¹⁷²O *corrido norteño* é um estilo musical muito apreciado pelos mafiosos narcotraficantes da época de Pablo Escobar.

¹⁷³Este é o termo utilizado no artigo de GIRALDO *et all* para se referir a este período da história de Medellín.

¹⁷⁴A série *Pablo Escobar, El Patrón del Mal*, foi apresentada na rede colombiana de televisão *Caracol Televisión* em 2012. No Brasil foi apresentada em 2015, pelo canal *Globosat de Televisão*, com o nome *Pablo Escobar, o Senhor do Tráfico*.

A máfia e o tráfico de drogas, afetaram a vida da cidade, em especial, na década de 1980. Generaliza-se o fenômeno do *sicariato*, os assassinatos de aluguel, que visavam tanto civis, quanto os inimigos dos traficantes. Este fenômeno reúne situações crescentes de marginalização e criminalização social e do tráfico ilícito de drogas. Foi retratado, com muita força, no filme franco-colombiano *La Virgen de los Sicarios (Nossa Senhora dos Assassinos)*¹⁷⁵, cujo cenário não podia ser outro senão a cidade de Medellín. O filme mostra que mesmo no início do século XXI, a cidade continuava vivendo os efeitos negativos do lucrativo negócio das drogas, que a conduziu a uma crise, sem precedentes.

A cidade, que ficou conhecida na grande mídia, neste período de cartéis e narcotraficantes, como “a mais violenta do mundo”, conseguiu, porém, construir, no século XXI, particularmente a partir de 2004, na gestão de dois governos municipais, uma imagem de progresso, transformação social e inovação urbana e empresarial. Em 2012, a cidade é nomeada pelo *Citigroup* (Citi) e o *The Wall Street Journal*, como a “cidade mais inovadora do mundo”, ao ganhar o concurso *City of the Year*, competiu, na última etapa do concurso, com Nova York (EUA) e Tel Aviv (Israel).

Tomo estas duas imagens construídas da cidade, em tempo e espaço diferenciados, como entradas para análise de questões, que se aproximam daquelas do meu estudo, no Complexo do Alemão.

4.3 Pablo, Botero e Laura: outras aproximações.

Três personalidades, moradores de Medellín, se tornaram famosas para além das fronteiras do lugar: Pablo Emílio Escobar Gaviria, Fernando Botero Angulo e Madre Laura Montoya Upegui. Que significado tiveram para a qualificação de Medellín, como cidade a ser visitada? De que maneira engendram interesses turísticos e agenciamentos políticos e econômicos? Para além do olhar estrangeiro ou viajante, são considerados, pela atenção que mobilizam, no espaço urbano, referências icônicas do poder, da arte e da religião, na localidade.

Pablo Escobar (1949-1993), o primeiro deles, filho de um trabalhador rural e de uma professora primária¹⁷⁶, nasceu na cidade de Rionegro, Antioquia, cresceu e morreu em Medellín. Com um histórico de pequenos delitos e contrabandos, desde jovem, entrou para o

¹⁷⁵ *La Virgen de los Sicarios* (2000), do cineasta e produtor francês Barbet Schroeder, inspirado no livro do escritor e cineasta nascido na Colômbia e naturalizado mexicano desde 2007, Fernando Vallejo Rendón.

¹⁷⁶ As informações sobre Pablo Escobar aqui descritas são tiradas do livro *La parábola de Pablo* (2012) de Alonso Salazar Jaramillo e do artigo *Biography of Pablo Escobar* do historiador especialista em História latino-americana, Christopher Minster.

tráfico de cocaína, aos 25 anos, e poucos anos depois, se tornou o líder do Cartel de Medellín: uma rede de traficantes, responsável pela maior parte das exportações de cocaína para os Estados Unidos, México, Porto Rico e República Dominicana.

Nesta posição, Escobar se tornou um dos principais inimigos dos Estados Unidos da América e, a partir dos anos 1980, do governo colombiano. O tráfico de cocaína o fez bilionário¹⁷⁷. Tentou entrar para a política, ordenou a morte de milhares de pessoas (civis, militares, políticos, jornalistas, qualquer um que atrapalhasse suas atividades ilícitas¹⁷⁸), construiu um zoológico particular, e formou um exército próprio, de *sicários*¹⁷⁹. Mesmo tendo sido oficialmente, pelo governo colombiano, acusado de tráfico de drogas, contrabando, extorsão, suborno, assassinato, lavagem de dinheiro e corrupção política, era, (e ainda é), considerado, por muitos cidadãos de Medellín, um herói, personagem idolatrado, já que distribuía dinheiro nas Comunas pobres. Construiu um bairro que leva, até hoje seu nome, doando as casas aos, economicamente, menos favorecidos e fazendo a riqueza material de jovens *sicários*, que, por sua vez, se tornavam chefes de outros pequenos grupos. A cidade conheceu uma grande circulação de dinheiro, no período, em que impulsionou a construção de luxo, avivou o comércio e proporcionou conforto para muitos.

Segundo o historiador Pablo Rodríguez Jiménez, a cristalização, na cidade, de uma cultura que exaltava a riqueza mesmo à custo da vida, forneceu o ambiente propício para o aparecimento desses grupos que, por sua vez, reafirmaram esses valores no lugar. Diante da gravidade do problema, a Presidência da República Colombiana criou, em 1990, um Conselho Presidencial para Medellín. Dentre as recomendações, deste Conselho, estava a recuperação da importância da educação e a necessidade de restaurar vínculos de valores de base. Ainda segundo Pablo Jiménez, os últimos governos municipais, em especial os de Sergio Fajardo e Alonso Salazar, (sociólogo e o mesmo autor do livro *La parábola de Pablo*¹⁸⁰), parecem não ter esquecido esses Conselhos, decidindo construir colégios e bibliotecas em zonas menos favorecidas da cidade.

Ainda hoje, mesmo com a desarticulação dos cartéis, o narcotráfico continua presente na cidade, sinalizando, simbolicamente, lugares e trajetos, linhas imaginárias por

¹⁷⁷ Salazar (2012) escreve no seu livro que no auge do tráfico de cocaína, lucrava um milhão de dólares por dia.

¹⁷⁸ Dentre seus crimes mais emblemáticos, ligados a políticos colombianos, está o assassinato do candidato a presidência da República Colombiana, Luis Carlos Galán; o atentado ao voo 203 da Cia Aérea Avianca, explodindo o avião no ar e matando 110 passageiros; e o financiamento do grupo guerrilheiro M-19, para a Tomada do Palácio da Justiça em Bogotá, nos dias 06 e 07 de novembro de 1985.

¹⁷⁹ Assassinos de aluguel.

¹⁸⁰ No Brasil o livro foi editado pela Ed. Planeta com o título: *Pablo Escobar: ascensão e queda do grande traficante de drogas*.

onde determinadas pessoas podem, ou não, circular. Na atualidade, ainda operam, pelo menos seis grupos emergentes, provenientes de grupos paramilitares, que foram desmobilizados por ações do Governo, entre 2004-2006: a *Oficina de Envigado*, *Autodefensas Gaitanistas de Colômbia*, *Águilas Negras*, *Los Urabeños*, *Los Rastrojos* e *Los Paisas*. Estes grupos tentam controlar o fluxo de drogas, desde a costa do Caribe. Reportagens sobre este tema e moradores da cidade, (como Luz María, funcionária terceirizada que trabalha na Universidade EAFIT¹⁸¹, com quem conversei, em uma das minhas visitas à Medellín) afirmam que, todo e qualquer comércio na cidade de Medellín paga uma espécie de taxa, com a finalidade de proteção a algum desses grupos criminosos: as *vacunas* (vacinas).

Dados do Programa *Medellín Cómo Vamos*¹⁸², afirmam que em 2013, da população total da cidade, se teria um total de 389.189 pessoas, em situação de pobreza e 72.519 pessoas, em situação de pobreza extrema. A Figura 43 apresenta um gráfico, tirado do sítio eletrônico do Programa, onde se pode observar a autopercepção da pobreza na cidade. Imagina-se, a partir deste gráfico, que os índices de pobreza, nos anos 1970 e 1980, tempos do Cartel, tenham sido muito maiores.

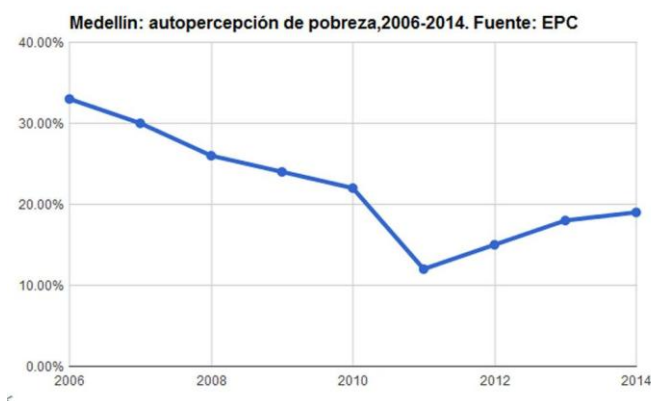


Fig. 198. Gráfico mostrando a autopercepção da pobreza na cidade de Medellín entre 2006 e 2014. Fonte: <http://www.medellincomovamos.org/pobreza-y-desigualdad>. Acesso em 06 de fevereiro de 2016.

A vida de Pablo Escobar foi tema de uma série televisiva, da rede colombiana de televisão *Caracol Televisión*, em 2012. A partir do sucesso da série, que também causou polêmica entre os colombianos, começaram a ser comercializados e procurados os *tours Pablo Escobar* que,

¹⁸¹ Instituição privada onde existem escolas de Administração, Finanças e Tecnologia.

¹⁸² www.medellincomovamos.org. Acesso em 06 de fevereiro de 2016. Este Programa foi lançado em 2006 com o objetivo de avaliar e acompanhar as mudanças na qualidade de vida de Medellín. É uma aliança institucional privada, que conta com a participação de várias instituições colombianas como a Proantioquia, o jornal El Colombiano, a Universidade EAFIT, a Câmara de Comércio de Medellín para Antioquia, a Comfama, Comfenalco, Casa Editorial El Tiempo, a Câmara de Comércio de Bogotá e a Fundación Corona. Em 2007 a cidade do Rio de Janeiro lançou uma iniciativa similar chamada *Rio Como Vamos* (www.riocomovamos.org.br)

de certo modo, restauram a memória e a distinção do “herói” popular, identificado, à cidade. Essas visitas serão analisadas posteriormente, neste trabalho. Este é, contudo, um passado indesejado, até mesmo para a promoção turística. Na atualidade, o poder público busca promover ações de turismo formalizadas, nas quais a transformação de Medellín seja a protagonista.

A despeito da ideia corrente, de que Medellín tinha vocação consagrada para o comércio e trabalhos rentáveis, ali, também, aparecem marcadores culturais, que distinguem a cidade, nas importantes expressões, e figuras, ligadas às artes plásticas, aos movimentos poéticos e literários, às celebrações populares, como a *Feria de las Flores*. O historiador Pablo Jiménez observa a força simbólica destas referências, cultivadas na localidade como *tradição*:

O principal certame desta feira é o *Desfile de los Silleteros*, evento de um profundo sentido ancestral. Camponeses da vereda Santa Elena percorrem as ruas da cidade com suas *silletas* nas costas. Cada *silleta* é decorada com orquídeas, rosas, begônias, girassóis, lírios, cravos, pompons, agapantos e muitas flores mais, representando figuras alegóricas da história de Medellín e sua região. *Silleteros* e flores se converteram em símbolos da cidade (JIMÉNEZ, 2009). Tradução do autor.



Figs. 199, 200 e 201. Imagens dos camponeses desfilando com suas *silletas* nas costas, na *Feria de las Flores* de 2015. Fonte: fotos do autor, 2015.

O desenhista, pintor e escultor, filho de Medellín, consagrado internacionalmente, Fernando Botero Ângulo, (1932 - até os dias atuais), é outra personagem que promove a cidade, como destino turístico. Botero começou seu trabalho de artista como ilustrador¹⁸³. Mais conhecido pelas pinturas, que começou a fazer nos anos 1960, em que apresenta personagens de formas volumosas e monumentais, com texturas sedosas e temas, inspirados na história da arte e na idiossincrasia latino-americana. Em um dos textos informativos ao visitante, do Museu de Antioquia, onde está exposta grande parte de suas obras¹⁸⁴, apresenta uma resposta do artista à

¹⁸³ Uso como referências para as informações sobre a vida de Botero, o sítio eletrônico *Biografías y Vida* (em http://www.biografiasyvidas.com/reportaje/fernando_botero. Acesso em 09 de Fevereiro de 2016) e as informações recolhidas na exposição de suas obras, no Museu de Antioquia, Medellín, em 25 de Agosto de 2015.

¹⁸⁴ Outro museu que possui uma importante coleção do artista é o Museu Botero em Bogotá.

pergunta *Por que Botero pinta gordos?* Ele diz: *Engordo a mis personajes para darles sensualidad. No estoy interesado en los gordos por los gordos.*

Morando em Paris, Nova York e Madrid, Botero começa dedicando-se a esculturas na década de 1970. Desde 1976 faz inúmeras doações de suas obras (pinturas, desenhos e esculturas) ao Museu de Antioquia e à cidade de Medellín. Além deste espaço, várias esculturas do artista estão expostas, desde 2000, na praça, em frente ao Museu, a qual passou a se chamar *Praça Botero*: um dos lugares mais visitados pelos turistas.

Sem deixar de lado os problemas e personagens da cidade de Medellín, Botero representou a morte de Pablo Escobar em, pelo menos duas de suas pinturas (Figuras 47 e 48). O passado de violência, a máfia e o tráfico de drogas da cidade não deixaram de mobilizar o artista, adensando e complexificando o imaginário sobre a localidade.



Figs. 202 e 203: *Pablo Escobar Muerto* (2006). Fernando Botero. Museu de Antioquia, Medellín, e *A Morte de Pablo Escobar* (1999). Fernando Botero. Fonte: fotos do autor, 2015.

Botero vive, na atualidade, entre Paris, Madrid e Medellín.

Enquanto, através de Pablo Escobar, percebemos algo da política e da economia da cidade de Medellín, e Fernando Botero nos traduz aspectos de sua expressão artística, um terceiro personagem, também de Medellín, nos dá a entender um pouco da religiosidade católica da cidade: Madre Laura Montoya Upegui, a primeira santa colombiana.

Patricia Londoño Vélez¹⁸⁵ conta que, durante a época colonial, a Igreja de Antioquia na era uma importante instituição. Na região, ao invés de abundarem ordens religiosas, encontrava-se um disperso clero secular, que não era nem próspero, nem poderoso. O único convento de monjas era o das Carmelitas Descalças, fundado em Medellín em 1791. No entanto, em 1857, o viajante J.M. Torres Caicedo aponta que “O povo de Medellín, como, em

¹⁸⁵ Revista Credencial Historia nº 70 em <http://www.banrepcultural.org/node/32901>. Acesso em 11 de Fevereiro de 2016.

geral, o do estado de Antioquia, é essencialmente religioso, e prefere as cerimônias religiosas aos bailes e aos espetáculos.”¹⁸⁶

É pouco mais da metade do século XIX; num ambiente de forte religiosidade católica, nasce, na cidade de Jericó de Antioquia, Laura Montoya Upegui (1874-1949). Aos 16 anos de idade, sua família, de precária condição financeira, decidiu que ela deveria se formar professora. Assim, foi estudar na *Escuela Normal de Institutoras* de Medellín, dedicando-se, posteriormente, à formação de jovens, dentro da fé católica, em diferentes escolas públicas do Departamento de Antioquia. Aos 39 anos decidiu mudar-se para o município colombiano de Dabeiba em companhia de seis catequistas. Lá, com a aprovação do bispo, passou a trabalhar com os indígenas Emberá Katíos e dedicou o resto da sua vida ao apostolado e às missões indígenas. Em 1914, ainda em Dabeiba, fundou a ordem religiosa católica *Congregación Hermanas Misioneras de María Inmaculada y Santa Catalina de Siena*, cujas associadas ficaram conhecidas como irmãs Lauritas (ÁLVAREZ, 2013). Viveu seus últimos anos em Medellín. Em 1963 as irmãs Lauritas resolveram abrir um processo de beatificação de Madre Laura. Em 2012 foi canonizada pelo Papa Bento XVI, tornando-se a primeira santa católica colombiana. Antes disso, o arcebispo de Medellín, Alberto Giraldo Jaramillo, erigiu, no bairro de Belén, a Igreja e Santuário de Madre Laura (Figuras 17 e 18), onde repousam, hoje, suas relíquias (dentre elas a reprodução, com móveis autênticos, do quarto onde ela faleceu) e seus restos mortais. A festa, em sua homenagem, é celebrada no dia 21 de outubro, mobilizando romarias.

No mesmo edifício, onde estão expostas suas relíquias, foi montado o Museu Etnográfico Madre Laura, com objetos originais de várias etnias indígenas, recolhidos nas missões das irmãs Lauritas, pela Colômbia. (Figuras 19 e 20).

¹⁸⁶ Tradução do autor. Já no século XX, Virginia Gutiérrez de Pineda, antropóloga colombiana pioneira em estudos sobre família e antropologia médica, observa que “(...) o sacerdote [católico] controlava desde o limite mais estrito da vida de cada um (...) com ativa eficácia.”¹⁸⁶ Segundo o censo de 1928, 99% dos antioqueños eram católicos. Em 1956 a cidade contava com 35 templos católicos, um presbiteriano e uma sinagoga.



Fig. 204: Igreja Madre Laura no bairro Belén, Medellín. **Fig. 205:** Imagem representativa da Madre Laura com uma criança indígena e, abaixo, num altar-caixão, seus restos mortais. Santuário Madre Laura que fica ao lado da Igreja. Fontes: fotos do autor, 2015.



Fig. 206: Reprodução, nas dependências da Igreja e Santuário, do quarto de Madre Laura, com seus móveis originais, incluindo a cama onde ela faleceu. **Fig. 207:** Pátio interno da Igreja de Madre Laura que dá acesso à sala de relíquias e ao Museu Etnográfico. **Fig. 208:** Retratos de Madre Laura vendidos por ambulantes, junto com outras figuras religiosas, nas ruas do centro de Medellín. Fontes: fotos do autor, 2015.

Em agosto de 2015, a rede colombiana de televisão, *Caracol Televisión*, a mesma que havia produzido e transmitido a série sobre a vida de Pablo Escobar, apresentou uma minissérie de 24 episódios, sobre a vida da Madre Laura chamada *Laura, la santa colombiana*. A minissérie foi estrelada pelas atrizes Julieth Restrepo e Linda Lucía Callejas, ambas no papel da Madre Laura, (jovem e mais velha). A minissérie é ambientada entre os anos de 1870 e 1930, e é inédita no Brasil¹⁸⁷. Algumas agências de turismo da Colômbia (e de Medellín), até o fim desta pesquisa, fazem a propaganda de *tours* temáticos sobre Madre Laura. Estes *tours* são caracterizados como “de peregrinação”, e se concentram, principalmente, em levar os turistas, no mais das vezes colombianos, à cidade de Jericó, onde o ponto alto é a visita à casa onde a santa colombiana nasceu, e que, hoje, está transformada em museu. O *Guía Turística Medellín-Colômbia 2014-2015*, impresso, bastante adquirido e popular, entre os turistas da cidade de Medellín, aponta, apenas, o Museu Etnográfico como

¹⁸⁷ Na minha ida, em novembro de 2016, a Medellín, consegui a série em DVD.

atrativo a ser visitado. Já o guia *Colombia Travel Guide*, também impresso, busca fornecer informações sobre atrativos turísticos, de toda a Colômbia, nada menciona sobre a santa.

4.4 Duas cidades que cabem no bolso

Para além desses personagens de uma Medellín imaginada, rentável à atividade turística, apresento a cidade - o *Outro*, que se tornou importante, por apresentar relações semelhantes com temas, observados no Complexo do Alemão - através de dois objetos de arte turística, vendidos nas tendas e nas casas de lembranças: os *Pocket Cities* - e das notas de roteiros indicados em guias para visitantes. Dois guias turísticos¹⁸⁸ colombianos, de bolso: o *Guía Turística Medellín-Colombia (2014-2015)*¹⁸⁹ e o *Colombia Travel Guide*. O primeiro é uma publicação, com a chancela da Prefeitura de Medellín (*Alcaldía de Medellín*) e publicado pela *Fundación Viztaz*, em julho de 2014. É um guia bilíngue, espanhol-inglês, comprado por vários turistas estrangeiros (a maioria dos que vi, pelas ruas, estava com ele na mão). É comercializado por 9.000PCO¹⁹⁰. O segundo, *Colombia Travel Guide*, tem a chancela do MinCIT (*Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*) foi impresso pela *El Tiempo Casa Editorial*, em 2013, está publicado em língua inglesa, (só encontrei este guia comercializado em língua inglesa), e custa 15.000PCO.¹⁹¹

Os *Pockets Cities*¹⁹² é um projeto, em parceria com a Espanha, iniciado em 2007, por Adriana Garcia, uma artista de Medellín. Adriana é conhecida, na cidade, pelos seus trabalhos de filigranas em papel, produzidos pelo escritório experimental de criação de objetos gráficos, *Salsarela*. São objetos-*recuerdos* que evocam e constroem, por uma síntese simbólica, a partir de dobraduras, cenários icônicos da cidade: uma Medellín “tradicional” e, outra, “em transformação”, ou poderíamos dizer, seguindo a classificação do *Citigroup* (Citi) e *The Wall Street Journal*, “inovadora.”

¹⁸⁸Na terminologia da área do Turismo, faz-se a diferenciação entre *guia de turismo* e *guia turístico*. O primeiro é o profissional que exerce atividades de acompanhamento, orientação e informação de pessoas ou grupos de turistas, enquanto o segundo diz respeito à publicação impressa, em geral de pequenas dimensões contendo informes sobre o local e atrativos a serem visitados.

¹⁸⁹O *Guía Turística* também tem uma versão online gratuita, no formato website que pode ser acessado tanto em inglês quanto em espanhol em <http://www.guiaturisticademedellin.com/index.php> (Acesso em 26 de outubro de 2015).

¹⁹⁰Aproximadamente US\$ 2,50 (cotação de 12 de fevereiro de 2016)

¹⁹¹PCO é a abreviatura para Pesos Colombianos. Aproximadamente US\$ 4,50 (cotação de 12 de fevereiro de 2016). Os valores informados referem-se aos anos de 2014 e 2015.

¹⁹²“Ciudades de Bolsillo es un proyecto para el viajero, para el expedicionario, para el nostálgico...Recrea pequeños escenarios que permiten vivir en miniatura la esencia de cada lugar a través de sus iconos, sus edificios y sus personajes.” Ver a propósito www.pocket-cities.com. Acesso em 05 de Novembro de 2015.

O turismo é um fenômeno, essencialmente, de consumo (SOUZA e DE CARVALHO, 2014, p.65). O turista viaja, via de regra, para consumir aspectos materiais e imateriais do destino visitado, onde a cultura e a natureza, por meio de objetos e imagens, são transformadas em mercadorias a serem comercializadas, como os *souvenirs*. Estes “troféus de viagem”¹⁹³, muitas vezes, resumem por uma operação metonímica valorada, a imagem compartilhada e promocional de uma localidade. Partindo dessas premissas, utilizo como referência para análise os *Pocket Cities* (em espanhol, *Ciudades de Bolsillo*).

Os *Pocket*, são *objetos-recuerdos* tridimensionais, fabricados em papel-cartão retangular, de onde, sequências de edificações-ícones ou de personagens, representativos da cidade, são cortadas a laser. É produzido para turistas, viajantes ou para aqueles que querem ter uma lembrança, de cunho mais artístico, da cidade. Ao final de cada edificação ou personagem, (na maior parte das vezes, são edificações), é feita uma dobra, de forma que o retângulo se fecha, sobrepondo uma edificação à outra, em um panorama compacto, em formato de bolso (aproximadamente 11 x 17 cm). (Figura 202). Quando o retângulo é aberto, o *Pocket Cities* se sustenta, em pé, permitindo ao observador, admirar uma miniatura seletiva da cidade. A base da miniatura pode servir, como cartão postal, para anotações de viagem ou se colocada aberta contra um ponto de luz, pela projeção na parede dos ícones da cidade, em questão, para fins decorativos.¹⁹⁴

Da Colômbia existem, pelo menos, quatro *Pocket Cities*: os das cidades de Cartagena das Índias, Santa Cruz de Mompox, Bogotá e Medellín. Curiosamente, sobre Medellín foram produzidas duas *Pocket Cities* diferentes: a “Medellín Tradicional”, publicada em 2008, e a “Medellín em Transformação” (que, em alguns exemplares, é chamada “Nova Medellín” ou, ainda, de “Medellín Contemporânea”), publicada em 2009.

A produção dessa dupla figuração de uma mesma cidade, chama a atenção, especialmente em Medellín, para uma dinâmica urbana e social, que se busca afirmar, no século XXI, através de políticas governamentais, propagandas e construções turísticas. Os *Pockets Cities* vão apontar uma descontinuidade temporal, valorada pela imagem, de mudanças singulares, de inovações, que a cidade quer, então, apresentar para o mundo.

¹⁹³ Termo utilizado pelo antropólogo Duccio Canestrini e título do seu livro *Trofei di viaggio: per un'antropologia del souvenir* pela editora Bollati Boringhiere.

¹⁹⁴ Até os dias atuais, já foram produzidas vários *Pocket Cities* de grandes capitais do mundo como Rio de Janeiro, São Paulo, Berlim, Buenos Aires, Londres, Paris, entre outras.

Mudanças estas, iniciadas, basicamente, a partir do governo do prefeito Sergio Fajardo, em 2004¹⁹⁵.

Um olhar atento às edificações e aos detalhes escolhidos, para compor o panorama dos dois *Pocket Cities* pode nos guiar no entendimento de projetos urbanos, recentes de Medellín. Destaco, aqui, o teleférico, como meio de transporte de massa, usado, como modelo, no Complexo do Alemão e explorado na visitação turística desta localidade.

A publicidade, dessas *miniaturas em papel*, afirma que elas “resumem a essência da cidade¹⁹⁶”. A partir desta afirmação, podemos indagar, que processos seletivos e relacionais definem a ideia de uma essência de cidade?

Os *Pocket Cities*, inspirados por Lévi-Strauss (LÉVI-STRAUSS, 1989) são um “modelo reduzido” e “por, ser, quantitativamente, diminuído, ele nos parece, qualitativamente, simplificado” (STRAUSS, 1989: 39).

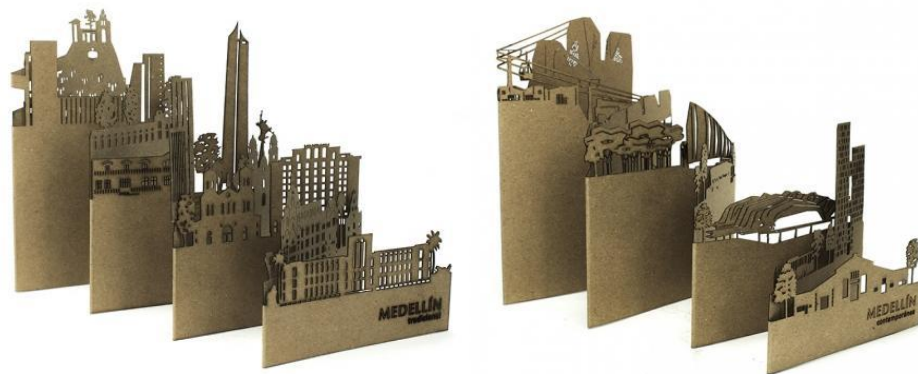
A criação estética, de Adriana Garcia, confere um caráter de totalidade panorâmica ao conjunto, formado pelos vários ícones selecionados, objetivando roteiros de visitação. Buscarei, a seguir, descrever cada um desses ícones, nos dois objetos-lembrança, articulados por sobreposição vertical, considerando as informações escolhidas nos guias turísticos.



Fig. 209: *Ciudades de Bolsillo* “Medellín Tradicional”, fechada, com a cidade ao fundo. Foto do site *LoBacano*. Fonte: <http://lobacano.tumblr.com>. Acesso em 15 de setembro de 2015.

¹⁹⁵ Sergio Fajardo Valderrama é um político e matemático colombiano, que foi eleito prefeito de Medellín no período de 2004 a 2007.

¹⁹⁶ O site eletrônico “A57” cujo conteúdo trata sobre design e arquitetura, diz que a *ciudad de bolsillo* “recoge los iconos y los personajes representativos de diferentes pueblos y ciudades del mundo, resumiendo la esencia de cada uno” (*reúne os ícones e personagens representativos de diferentes povoados e cidades do mundo, resumindo a essência de cada uma*. Tradução e grifo do autor) em <http://www.a57.org/publicaciones/pocket-cities-ciudades-de-bolsillo> . Acesso em 05 de Novembro de 2015.



Figs. 210 e 211: Fig. 55 a *Ciudades de Bolsillo* “Medellín tradicional”, aberta. Fig. 56 mostra a *Ciudades de Bolsillo* “Medellín en transformación” também aberta.

1) Medellín Tradicional:

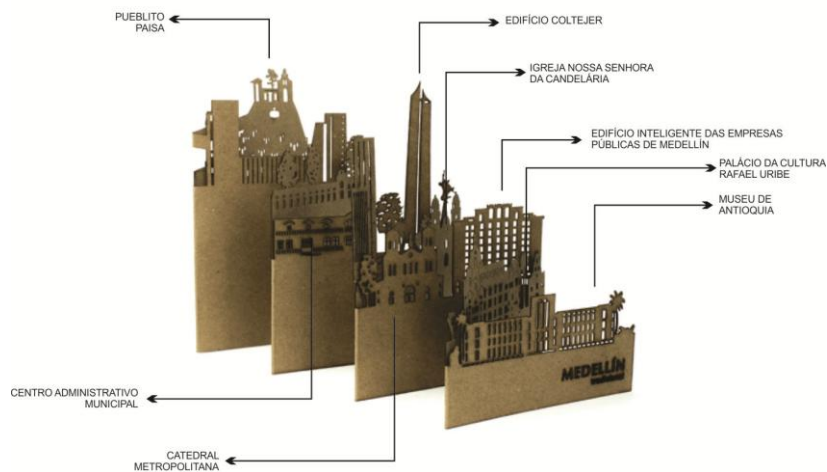


Fig. 212: *Ciudades de Bolsillo* “Medellín tradicional”, aberta, com a indicação do nome de alguns dos marcos arquitetônicos representativos escolhidos para o *souvenir*.



O **Museu de Antioquia** foi fundado em 1881, com o nome de Museu e Biblioteca de Zea, em homenagem ao botânico e diplomata Francisco Antonio Zea, um importante personagem que participou de ações, ligadas à independência da Colômbia, em princípios do século XIX. Nos seus primeiros anos de funcionamento, o Museu ofereceu exposições permanentes de relíquias históricas, associadas a personalidades e a eventos da independência, documentos

manuscritos, pinturas coloniais e elementos de história natural. Na década de 1970, muda de nome, ficando conhecido como Museu de Antioquia. Recebe a primeira doação de obras do artista, **Fernando Botero**, para o seu acervo. Estabelece-se, na década de 1990, no antigo prédio da Prefeitura Municipal.¹⁹⁷ Em frente ao antigo Palácio Municipal, hoje, elevado a Monumento Nacional, foi construída uma praça pública, que recebeu 23 esculturas monumentais, doadas por Botero, distribuídas e expostas ao ar livre. O lugar ficou, então, conhecido como “Praça Botero” e é um dos principais espaços visitados por turistas, na cidade. O Museu, na atualidade, abriga, através de exposições temporárias, itinerantes ou permanentes, obras de arte pré-hispânicas, coloniais, republicanas e contemporâneas; pinturas, esculturas, fotografias, caricaturas e desenhos, de artistas nacionais e estrangeiros. Com destaque, e, em exposição permanente, está a Coleção Botero, com 188 obras. Diferentemente das duas outras personalidades, celebradas na cidade – a santa e o traficante - , o artista se revela na área central da cidade



Figs. 213 e 214: Fig. 213, um detalhe da fachada do Museu de Antioquia com duas das estátuas de Botero da Praça Botero em primeiro plano. Fonte: foto do autor, 2015. Fig. 214, a Praça Botero com a fachada do Museu de Antioquia ao fundo. Fonte: foto do autor, 2014.



O **Palácio de Cultura Rafael Uribe** se encontra em frente ao Museu de Antioquia. Apresenta uma impressionante e rebuscada arquitetura neogótica. A autoria do projeto arquitetônico é do belga Augustín Goovaerts, e o edifício esteve, em construção, de 1929 a 1937. Foi sede do Governo de Antioquia e, na atualidade, funciona como o Departamento de Cultura da Antioquia e Arquivo Histórico. Abriga também uma fonoteca, uma biblioteca, um centro de documentação, uma galeria de arte e uma sala-museu.

¹⁹⁷ O prédio é uma construção em estilo *art déco*, projetado pelo arquiteto Martín Rodríguez H., realizada entre 1932 e 1937. Está localizado na zona da igreja de Veracruz, centro da cidade.



Figs. 215, 216, 217: Nas figuras 215 e 216, as fachadas lateral e frontal do Palácio Rafael Uribe. Fonte: foto do autor, 2014. Na figura 217, estátua de Botero com o detalhe da cúpula do Palácio à noite atrás. Fonte: foto do autor, 2015.

Ainda na zona central da cidade, no bairro de *Villanueva*, não muito longe do Museu de Antioquia e, em frente ao Parque Bolívar, está localizada a **Catedral Metropolitana**.



Sua construção durou mais de 55 anos (de 1875 a 1930), graças à intervenção do arquiteto francês Carlos Carré¹⁹⁸, que a finalizou, em estilo românico com influências bizantinas. É considerada a “maior igreja do mundo” construída em tijolo cozido, maciço¹⁹⁹. Foi declarado Monumento Nacional da Colômbia, em 12 de março de 1982.



Figs. 218, 219 e 220: Na figura 218, a Catedral em construção. Fonte: foto de Melitón Rodríguez, 1892. Na figura 219 a fachada frontal da Catedral Metropolitana já concluída e na figura 220, o interior do monumento. Fonte: fotos do autor, 2015.



Outra construção que aparece na *Ciudad de Bolsillo*, também declarada Monumento Nacional da Colômbia é a Basílica de Nossa Senhora da Candelária, conhecida como **Igreja da Candelária**. Está localizada no bairro *La Candelaria*, no centro histórico de Medellín, bem perto do Palácio de Cultura Rafael Uribe. Segundo o guia, o aspecto neoclássico do prédio atual, data de 1767, mas sua primeira construção foi em


¹⁹⁸Charles Émile Carré (1863-1909) é o precursor do uso do tijolo nas construções de Medellín, recuperando o estilo espanhol-mourisco. É responsável por várias outras construções públicas e religiosas na cidade, como a Catedral Girardota.

¹⁹⁹Para sua construção foram utilizados aproximadamente 1.120.000 tijolos de 8 (oito) decímetros cúbicos cada um, unidos entre si com argamassa resultando num volume de 97.000 metros cúbicos.

tempos coloniais. Era a principal igreja de Medellín, tendo sido, inclusive, Catedral da Arquidiocese da cidade.



Figs. 221, 222 e 223: Fig. 221, a fachada frontal da Basílica. Fonte: foto do autor, 2014. Fig. 222, pintura de Nossa Senhora da Candelária do Altar-Mor. Fig. 223, reprodução da pintura original da Nossa Senhora do Rosário de Chiquinchirá, padroeira da Colômbia²⁰⁰, exposta em um dos altares laterais da Basílica. Fonte: fotos do autor, 2015.

 O **Edifício Coltejer** é o edifício mais alto de Medellín (175 metros de altura). E pode ser avistado de quase todas as direções da cidade. Começou a ser construído em 1968 (tendo terminado suas obras quatro anos depois, em 1972), inicialmente, para sediar a alta esfera executiva de uma das empresas têxteis, mais importantes da Colômbia: a *Compañia Colombiana de Tejidos*, COLTEJER. Por muitos anos foi o prédio representativo da cidade, e significando, segundo o Guia, o ingresso de Medellín na modernidade econômica e comercial. Sua forma, um projeto de Raúl Fajardo Moreno, arquiteto colombiano de Medellín, se assemelha a duas lançadeiras de tear, apontando para o alto, se remetendo ao produto da empresa, que o encomendou. Atualmente é ocupado, principalmente, pelo grupo empresarial Ardila Lülle²⁰¹.

²⁰⁰ A pintura original está preservada no interior da Basílica da Virgem de Chiquinchirá, na cidade de Boyacá, Colômbia.

²⁰¹ A *Organización Ardilla Lülle* (OAL) é um dos principais conglomerados empresariais não só da Colômbia mas de toda a América Latina. A organização nasceu em 1951, fundada por Carlos Ardila Lülle. As empresas que fazem parte da organização, se dedicam à produção e transformação de bens e serviços nos setores de bebidas, açúcar, comunicações, embalagens, agroindústria, seguros, esporte e automotivos entre outros.



Figs. 224 e 225: Edifício Coltejer e parte da cidade de Medellín. Fonte: foto de www.discovercolombia.com. Na figura 225, O Edifício Coltejer e a Basílica de N.S. da Candelária. Fonte: foto de www.panoramio.com. Ambos acessados em 15 de fevereiro de 2016.



Inaugurado em 1978, o *Pueblito Paisa* - é uma réplica de povoado antioquenho, do início do século XX. Para tanto, o arquiteto Julián Sierra Mejía, responsável pelo projeto, utilizou material proveniente da demolição de casas de municípios interioranos, como *El Peñol*. O *Pueblito Paisa* fica no alto do *Cerro Nutibara*, (um dos morros ecologicamente protegidos, de Medellín), e é outro atrativo turístico obrigatório, nos roteiros construídos para visitantes *na* e *sobre* a cidade.

Na verdade, atualmente, tudo, no *Pueblito*, gira em torno dos turistas. A construção apresenta uma praça com um chafariz antigo no centro. Ao redor desta praça, estão construídas réplicas de uma igreja colonial antioquenha, residências típicas de povoados da região, com seus balcões, uma casa, que faz as vezes, de uma Prefeitura antiga e outra, que representa uma farmácia antiga. Com exceção da igreja, todas as outras construções abrigam lojas de *recuerdos* e de artesanato local, além de restaurantes, com comida regional. (Figuras 219 e 220).

Essas “reconstruções” de patrimônios culturais, objetivando a visitação turística, e nas quais, muitas vezes, são realizadas, até mesmo, encenações e performances, por atores vestidos com roupas “de época”, são muito comuns na área do turismo. A *Disneyland* da Flórida, um emblema na reconstrução de “realidades” para turistas, possui vários espaços, no seu gigantesco parque, os quais reproduzem ambientes, por exemplo, de diferentes países, como a França e a China. O *Emoya Luxury Hotel and Spa*, na África do Sul, reproduziu uma “favela” numa área aberta de suas dependências, oferecendo as casas, como quartos de hóspedes para turistas²⁰². São Paulo, Brasil, reconstruiu o “marco inicial” do nascimento da

²⁰² O Hotel é situado na cidade de Bloemfontein. Mais informações sobre o tema em <http://g1.globo.com/turismo-e-viagem/noticia/2015/07/hotel-de-luxo-na-afrika-do-sul-oferece-experiencia-de-favela-para-hospedes.html>. Acesso em 15 de fevereiro de 2016.

cidade: o Pátio do Colégio. A cidade de Williamsburg, na Virgínia (EUA), restaurou casas do século XVIII e construiu outras, seguindo o mesmo padrão, na intenção de reproduzir o ambiente e o cotidiano daquela, que foi capital do domínio inglês, na América do Norte. A *Villa de Levy*, perto da cidade de Bogotá (Colômbia), também foi construída, para reproduzir um *pueblo* colonial de domínio espanhol.

Assim como o *Pueblito Paisa*, os exemplos citados buscam definir e evocar a construção de uma identidade. A identidade de uma nação pode ser definida, também, pelos seus monumentos: um conjunto de bens culturais, associados a um passado colonial. A estes bens se atribui a capacidade de evocar o passado e estabelecer uma ligação entre passado-presente-futuro. No *Cerro Nutibarra*, o *Pueblito Paisa* funciona como uma associação de ideias e valores, que evocam, visual e sensivelmente, um passado colonial *paisa*, convencionalizando uma identidade local.

Muitos pensadores do turismo, em especial alguns oriundos da Geografia, como Eduardo Yáziqi e outros, são críticos quanto a este tipo de atrativo, depreciando sua visitação. Classificam-nos como inautênticos, *fakes* ou não-lugares. Não pretendo aprofundar essa questão, neste momento. Seguindo o pensamento de Reginaldo Gonçalves, considero-os construções ficcionais (GONÇALVES, 1988, p.273). Apresentarei uma discussão sobre autenticidade em outro capítulo, quando tratar do chamado “turismo de experiência”, que surgiu, como uma modalidade de turismo ligado, também, à visitação de favelas.



Fig. 226: *Pueblito Paisa*, vista geral, do alto do *Cerro Nutibara*. Fonte: foto do autor, 2015.

Fig. 227: *Pueblito Paisa*, detalhe da praça com a igreja. Aqui podemos ver a presença de turistas e tendas de comércio de *recuerdos*, artesanato e alimentos também no espaço da praça. Fonte: foto do autor, 2015.

Finalizada a apresentação das partes deste *Pocket-City*, o que o conjunto poderia nos dizer? De todos estes lugares/ monumentos recortados, a Praça Botero e o *Pueblito Paisa* ofereciam, à época de meu trabalho de campo, quiosques de informação turística. Os ícones apresentados, no *Pocket tradicional*, são produtos e produtores de representações das cidades,

pautadas pelas distinções, certificadas no patrimônio cultural, pelos valores da ancianidade, da autenticidade, da exclusividade e da raridade. Reproduzem-se, exaustivamente, em cartões-postais tradicionais e nas propagandas oficiais, sobre a cidade, servindo, como base, para roteiros de visitação e para a confecção e venda de “lembranças típicas”, consagradas no mercado turístico. São representativos dos períodos da fabricação de uma identidade local “tradicional”, objetivada pelos tombamentos desses bens arquitetônicos, à exceção do Pueblito.

2) Medellín em transformação

A partir de 2004, como já se viu, aparecem projetos urbanísticos e arquitetônicos que afirmam uma nova cidade, dita “transformada”. São projetos que apregoam a inclusão social, buscando dar atenção às classes mais pobres da população. As repercussões sociais desses projetos contribuíram para mudar a imagem de Medellín, oposta à imagem de violência, com que era representada. Instaura novos ícones, que ressaltam valores culturais, com os quais se constrói a identidade *paisa*: força, esforço, luta, honestidade, legalidade, entre outros, opondo-se à exaltação de valores, associados ao narcotráfico e à ilegalidade. Construíram-na, então, como uma cidade latino-americana, modelo de urbanismo, “cidade educada” e cidade inovadora e dentro deste contexto, de mudanças técnicas e políticas, estudadas, são escolhidos os ícones da *Ciudad de Bolsillo*, “En Transformación” (Figura 13).

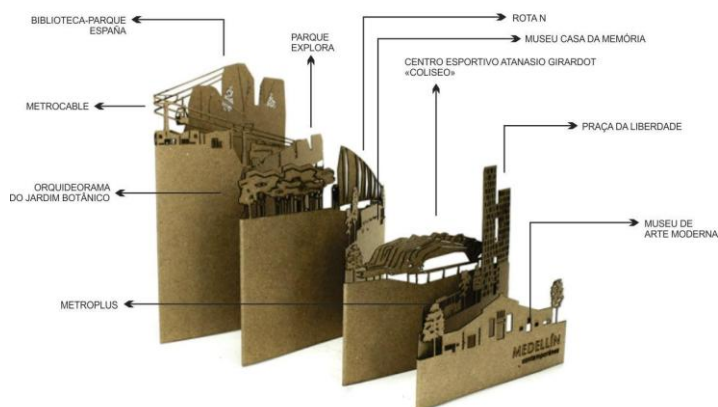


Fig.228: *Ciudades de Bolsillo* “Medellín en transformación”, aberta.

São marcos arquitetônicos dessa nova cidade:



O **Museu de Arte Moderna**. Fundado em 1978, é conhecido popularmente, como EL MAMM (*Museo de Arte Moderno de Medellín*). É responsável pela difusão de práticas artísticas modernas e contemporâneas, através da obra de renomados artistas nacionais e estrangeiros, como Manuel Hernández, Beatriz Gonzalez e Carlos Garaicoa.



A **Praça da Liberdade**. Espaço público em forma de “L”, parte do centro administrativo e de negócios, da cidade. O espaço abraça o *Centro Administrativo La Alpujarra* - local dos prédios da Prefeitura, do Governo de Antioquia, da Justiça, das Secretarias, inclusive de Turismo, Assembleias e Conselhos Municipais. Possui áreas comerciais e de alimentação, sala de exposições, estacionamentos e calçadas para pedestres. Com 15.000m², tem, como prédio principal, um edifício de duas torres (de 24 e de 17 andares) onde se localizam os estúdios do canal de televisão regional *Teleantioquia*. Foi inaugurado em 2011. Grande parte do sistema de transporte urbano tem aqui seus terminais.



Figs. 229 e 230: Fig. 229: os dois edifícios principais da Praça da Liberdade. O da esquerda é o edifício da rede televisiva Teleantioquia. Fig. 230: o desfile de *Chivas y Flores* da *Feria de las Flores* com o prédio principal da Praça ao fundo. Figura 44: edifícios do *Centro Administrativo Alpujarra*. Fonte: fotos do autor, 2015.



O **Centro Esportivo Atanasio Girardot**. É um complexo desportivo e recreativo, localizado no centro ocidental da cidade. Segundo o *Guía Turística Medellín-Colômbia*, é a unidade desportiva mais moderna da Colômbia, e mais completa e funcional da América do Sul, integrando, num só lugar, a prática de 37 modalidades desportivas. Ali se encontram as federações, as ligas e os clubes esportivos mais representativos do departamento de Antioquia. O Complexo foi projetado pelos arquitetos Giancarlo Mazzani²⁰³ e Felipe Mesa e construído entre os anos, 1953 e 2013. Sediou os Jogos Sul-Americanos, de 2010.

²⁰³ Giancarlo Mazzani é também o arquiteto responsável pelo projeto da Biblioteca Parque España, localizada na Comuna 1.



Museu Casa da Memória. Faz parte do Parque Bicentenário, (projeto comemorativo, pelos 200 anos da independência da Colômbia). Apresenta exposições temporárias com temas ligados à violência e à intolerância. Possui um grande centro de documentação, sobre conflitos armados, na América Latina. O espaço foi proposto pela Prefeitura de Medellín, na intenção de promover ações que contribuam para a reconstrução, a visibilidade e a inclusão da memória histórica do conflito armado, nas últimas décadas, na cidade. Busca-se com isso, transformar a história da violência em aprendizagens sociais, para a convivência cidadã. Explora-se a premissa de “lembrar, para não repetir.” Inaugurado, em 2005, e projetado pelo arquiteto Juan David Botero, sua arquitetura, marcante e arrojada, assemelha-se ao *Museo de la Memoria y los Derechos Humanos*, de Santiago, Chile.



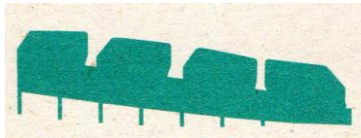
Figs. 231, 232 e 233: Fig. 231, o projeto do Parque Bicentenário visto de cima. Fonte: foto de www.arquonauta.com. Acesso em 15 de fevereiro de 2016. Fig. 232 : a fachada do Museu Casa da Memória. Fig. 233 o interior do Museu. Fonte: fotos do autor, 2015.



A **Rota N** é uma entidade pública corporativa, sem fins lucrativos, pertencente à Prefeitura da cidade de Medellín, à UNE (Unidade de Negócios Estratégicos ligados à Telecomunicações) e à EPM (Empresas Públicas de Medellín). Foi criada em 2010, com a intenção de consolidar a economia do conhecimento, a fim de gerar condições favoráveis aos negócios e ao empreendimento, apoiando-se em instituições locais. Localiza-se na parte Norte de cidade, no bairro Sevilla, e tornou-se um símbolo urbano da inovação e desenvolvimento tecnológico de Medellín.



Figs. 234, 235, 236: vários ângulos do prédio da Rota N, no bairro Sevilla, Medellín. Fontes: fotos de www.elespectador.com; www.arquitecturayconcreto.com e www.30minutos.com. Acessos em 15 de fevereiro de 2016).



Passamos para o **Parque Explora**, um centro interativo, voltado para a apropriação e a divulgação da ciência de tecnologia. Foi construído pelo arquiteto Alejandro Echeverri ²⁰⁴, depois da posse de Sergio Fajardo, prefeito da cidade, em 2004. Echeverri se converteu, a partir de então, no líder do processo de transformação arquitetônica e urbana. Esteve ligado aos projetos dos Metrocables, dos Parques-Biblioteca, do renascimento do Passeio Peatonal Carabobo e do Jardim Botânico. Projetou o Parque Explora, na forma de quatro caixas vermelhas, suspensas contra horizontes de natureza verde. No interior, o Parque apresenta mais de 300 experiências interativas, viveiros de animais, salas 3D e salas interativas.



Figs. 237, 238 e 239: vários ângulos do prédio principal do Parque Explora. Fonte: foto 51 de www.panamericanworld.com; Fonte das fotos 238 e 239: www.skyscrapercity.com. Acessos em 15 de fevereiro de 2016.



O **Orquideorama do Jardim Botânico** é um grande espaço aberto de 5.000m², localizado dentro do Jardim Botânico da cidade de Medellín, destinado à criação e à exposição de orquídeas. Foi inaugurado em 2006, e seu projeto arquitetônico chama a atenção, por ter uma cobertura em estilo engradado, feito de madeira de pinho. O projeto é de autoria do gabinete PlanB e ganhou prêmios de arquitetura, como o da XXI Bienal de Arquitetura Colombiana e a VI Bienal Iberoamericana de Arquitetura e Urbanismo.

²⁰⁴ Echeverri é um arquiteto colombiano atualmente diretor do Centro de Estudos Urbanos e Ambientais da EAFIT (Escuela de Administración, Finanzas y Tecnología). Realizou estudos de doutorado na Escola Técnica Superior de Arquitetura de Barcelona (ETSAB)



Figs. 240, 241 e 242: Orquideorama visto do alto em meio ao Jardim Botânico (www.vitruvius.com). Fig. 240 e 241, detalhes do Orquideorama. Fonte: www.arqa.com. Acessos em 15 de fevereiro de 2016. Fig. 242, cobertura do Orquideorama iluminada durante a exposição “Orquídeas, Pássaros e Flores”. Fonte: foto do autor, 2015.



Biblioteca Parque España. Ícone dos vários Parques-Biblioteca construídos na cidade de Medellín para a população, depois da gestão de Sergio Fajardo. Está localizada no alto da Comuna 1, próximo à

estação Santo Domingo Savio, final da primeira linha de Metrocable construída na cidade (a Linha K). Recebeu este nome, em agradecimento à Espanha, país que contribuiu financeiramente, para sua construção. Seu projeto de arquitetura passou, por um concurso, cujo vencedor foi o arquiteto colombiano, natural da cidade de Barranquilla, Giancarlo Mazzanti. O projeto foi, posteriormente, exposto em Nova York sendo considerado uma das “Maravilhas da Colômbia”. Inaugurado pelos reis de Espanha, em 2007, possui salas de internet, coleções de livros, ludotecas, salas de leitura e outros serviços, oferecidos à comunidade.



Figs. 243, 244 e 245: Vista aérea do Parque Biblioteca e parte da Comuna 1 (www.architectureindevelopment.com). Figs. 243 e 244, o prédio da Biblioteca. Fonte: foto de Carlos Zapata em www.flickr.com. Acessos em 15 de fevereiro de 2016). Fig. 245: a Biblioteca sendo cruzada pelas gôndolas do *metrocable*. Fonte: foto do autor, 2015.



Para finalizar, o **Metroplus** e o **Metrocable** fazem parte da inovação, no sistema de transporte de Medellín, que se orgulha em oferecer, cada vez mais, um sistema integrado de transporte. Este sistema envolve, além destes dois modais - O Metroplus é um sistema de ônibus, que circulam por uma via

expressa exclusiva ²⁰⁵, e o Metrocable, um sistema de cabines de teleférico, utilizado como meio de transporte. Um trem de circulação urbana sobre trilhos²⁰⁶, a *Tranvía*, inaugurado em outubro de 2015, e um sistema de aluguel de bicicletas públicas, chamado *EnCicla*. Estes modais podem ser utilizados, integrados, através de um cartão, que o morador pode adquirir e carregar com dinheiro, chamado *Tarjeta Cívica*.



Fig. 246: um modelo de estação do sistema de bicicletas públicas EnCicla Fonte: foto do autor, 2015.

Fig. 247: outro modelo de estação para guarda das bicicletas públicas do sistema EnCicla. Fonte: foto do autor, 2015.



Fig. 248: Propaganda numa estação de metrô do sistema Tranvía. Fonte: foto do autor, 2015.

Observamos que o Museu de Arte Moderna, construção mais antiga do grupo, é o ponto de partida para se mostrar, iconograficamente, a ideia de futuro, de revisão radical de um passado recente, que estigmatizou a cidade nas apreciações comuns: locais, nacionais e internacionais, valores novos e modernos, com os quais a cidade de Medellín busca se identificar, em especial, a partir da gestão do Prefeito Sergio Fajardo, em 2005.

A *Medellín en transformación* elege ícones urbanos, que identificam a cidade como inovadora, como uma *Nova Medellín*, livre dos estigmas negativos, com os quais conviveu, por décadas. Chama para o investimento econômico, para uma cidade “competitiva” e

²⁰⁵ O correspondente do Metroplus no Rio de Janeiro, por exemplo, é o sistema BRT (Bus Rapid Transit)

²⁰⁶ No Rio de Janeiro o correspondente deste meio de transporte é o VLT (Veículo Leve sobre Trilhos).

posteriormente, “inovadora” (dois epítetos da cidade, que serão trabalhados a partir da gestão de Fajardo), e para uma cidade aberta ao Turismo.

4.5 O “urbanismo social” e a “nova Medellín”

Boa parte dos ícones, que compõem a “Medellín em transformação”, gerando a “marca Medellín”, está associada ao conceito de “urbanismo social”, que, por sua vez, também se relaciona com a inovadora ideia da utilização de cabines de teleférico, como sistema de transporte de massa (os *metroables*).

Peter Brand e Júlio D. Dávila, organizadores do livro *Mobilidad Urbana & Pobreza* (2012), afirmam que, o termo “urbanismo social”, nasceu ao redor da primeira linha de teleférico de Medellín, inaugurada em 2004. O conceito se baseia no direcionamento de grandes investimentos públicos, em projetos urbanísticos, construídos em setores, onde habita uma população de baixa renda. A expressão havia sido utilizada em 1952, por Karl Brunner, planejador urbano, de origem austríaca, que influenciou o planejamento urbano de cidades, como Santiago do Chile, Bogotá e Panamá, nas décadas de 1930 e 1940. Quando o governo argumenta que a cidade de Medellín tinha uma dívida, histórica, com espaços urbanos, até então, esquecidos, apostou-se, no pagamento desta “dívida”, com a construção de obras arquitetônicas e de infraestrutura de qualidade, com forte impacto estético. Debaixo do conceito, cunhado pelo prefeito Sergio Fajardo, “o mais bonito para os mais humildes” e do conceito do seu sucessor, Alonso Salazar, “ativar a força estética, como motor de mudança social”, foi construída uma série de projetos, estruturados, inicialmente, ao redor dos *metroables*, articulados com os chamados PUIs, (*Proyectos Urbanos Integrales*), que, posteriormente se estenderam a outros espaços, incluindo, equipamentos educativos e culturais, e melhorias habitacionais, e no espaço público (DÁVILA, 2012).²⁰⁷

Em 2010, Medellín, por ser considerada exemplo de arquitetura social, é escolhida como sede da VII Bienal Iberoamericana de Arquitetura e Urbanismo (BIAU), cujo tema era “Arquitetura para a integração cidadã”. O motivo da escolha foi que, através da uma arquitetura concebida para a construção da cidadania, a cidade conseguira transformar cenários marginais em revitalização de espaços públicos. Faz parte da linha estratégica “Medellín, um espaço para o encontro cidadão” que será contextualizada, mais à frente.

²⁰⁷ Em Medellín, a joia da coroa do “urbanismo social” são os *metroables*”, segundo D’Ávila, (2012, p. 42).

Murilo Cavalcanti, ex-secretário de segurança pública do Recife, Pernambuco, que estudou o exemplo da transformação urbana e social de Medellín, objetivando melhorar a segurança pública do Recife, afirma que a promoção do encontro entre moradores, nos novos espaços públicos, construídos em Medellín, foi uma das estratégias adotadas para o controle da violência. A ideia central é a de que, ao se estimularem práticas de sociabilidade e de proximidade, as ações violentas possam vir a serem minimizadas. (CAVALCANTI, 2013).

No trabalho de campo, na segunda viagem a Medellín, visitei com frequência, nos fins de semana, o espaço público *Parque de los Deseos*²⁰⁸, onde está localizado o Planetário, que aparece no *Pocket-City*, e a *Casa de la Musica*. O Parque é considerado um dos exemplos de “encontro-cidadão”, promovido, através da obra arquitetônica, que está integrada aos espaços da cidade. Com patrocínio da EPM (Empresa de Servicios Públicos de Colombia), são realizadas várias atividades de lazer, gratuitas, voltadas para o morador, em dias específicos da semana e em fins de semana. Às quartas-feiras, de noite, por exemplo, são oferecidas aulas de aeróbica que misturam dança com ginástica. Aos sábados e domingos é projetado, numa das paredes do Planetário, um filme ou um desenho animado, para vários frequentadores que se sentam no pátio do Parque ou nas proximidades. Destas aparecem vendedores ambulantes de comidas e de bebidas e *food trucks*²⁰⁹. Conversando com um vendedor ambulante de *chorizos* e *butifarras*, duas qualidades de embutidos, muito consumidos na Colômbia, perguntei sobre o movimento no Parque, que estava cheio, e ele me respondeu:

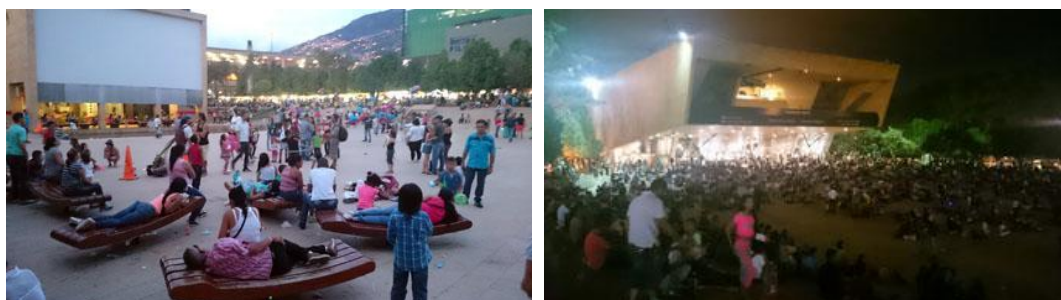
Antes de 2005, as pessoas não vinham assim para as praças na cidade. Ficavam em casa ou no máximo iam até uma praça perto da casa delas [por causa da sensação de insegurança]. Hoje isso mudou muito e está bem melhor agora (26/07/2015).

²⁰⁸ Construído antes do aparecimento do urbanismo social, em governos anteriores.

²⁰⁹ Estes *food trucks* são pequenos caminhões abertos, especializados num determinado tipo gastronômico (a maior parte comida mexicana).



Figs. 249 e 250: moradores praticando a ginástica aeróbica no *Parque de los Deseos*. Fonte: fotos do autor, 2015.



Figs 251 e 252: A figura x, mostra os moradores começando a se reunir para esperar a sessão de cinema no *Parque de los Deseos*. Na figura 246, a grande quantidade de gente reunida com a sessão em curso. **Fonte:** fotos do autor, 2015.



Fig. 253: panorâmica do espaço onde os moradores se reúnem para assistir às sessões de cinema no *Parque de los Deseos*. Fonte: foto do autor, 2015.

Pelos dados, de que disponho, desde 2003, a cidade de Medellín vem experimentando importantes transformações. As políticas estatais, da época se concentraram nos lugares mais pobres, cujos índices de desenvolvimento humano eram menores, diferentemente de outras políticas anteriores, que, apenas, apostavam no embelezamento das áreas de concentração de investimentos do mercado imobiliário, e de maior interesse turístico. É no governo de Sergio Fajardo, como prefeito²¹⁰, de 2004 a 2008, que se elaborou um *Plano*

²¹⁰ A cidade de Medellín é governada por um prefeito (responsável pelo poder executivo) e um Conselho Municipal (responsável pelo poder legislativo). O prefeito é o chefe de governo e da administração municipal, representando, legal, judicial e extrajudicialmente o município. O cargo é eleito por voto popular e tem um tempo de duração de quatro anos. Entre as funções principais do prefeito está a administração dos recursos próprios da municipalidade, o zelo pelo bem estar e os interesses de seus habitantes e a representação dos

de Desenvolvimento Urbano, chamado *Medellín compromiso de toda la ciudadanía*, tendo como objetivo, articular lugares de baixo índice de desenvolvimento humano, com edifícios de alta qualidade construtiva e de arquitetura emblemática. Sua justificativa é construir espaços públicos, de qualidade, lugares que fornecessem educação de qualidade, com a participação de seus moradores, no desenvolvimento deste projeto, através de “comitês de base”, formados por líderes comunitários. Uma das ações desse projeto foi chamado “diálogo da comunidade com um grupo interdisciplinar, ligado ao governo do município”. É constituído por comunicadores sociais, advogados, engenheiros, arquitetos, entre outros, sobre as necessidades de seu território de moradia. O grupo tinha, como função, andar pelo bairro, conhecendo as dificuldades de cada esquina - aonde se joga o lixo, aonde se consomem drogas, aonde há problemas de mobilidade – e, construindo uma informação planimétrica detalhada, que permitiria priorizar as necessidades. A ideia era a de que, de maneira articulada, todos, incluindo os moradores, tomassem a melhor decisão para o território²¹¹.

Aliada a isto, e tão importante quanto, foi uma política de continuidade: de 2008 a 2011, o novo prefeito, Alonso Salazar, ex-secretário de governo de Fajardo, dando continuidade, consolidou as propostas e os projetos de seu antecessor, através de um novo Plano de Desenvolvimento Urbano, chamado *Medellín es solidaria y competitiva*.

É no período do Plano de Desenvolvimento Urbano, *Medellín es compromiso de toda la ciudadanía*, que “nasce” o urbanismo social e que o espaço público se constitui elemento central da sua linha estratégica urbana. Medellín passou a ser planejada para ser um espaço de encontro cidadão, um cenário propício para se construir uma identidade coletiva e para permitir encontros entre os seus moradores, num plano de igualdade, de convivência e de integração. Já, com o Plano *Medellín es solidaria y competitiva*, se percebeu que não bastava, apenas, melhorar a qualidade do espaço público e dos equipamentos existentes, mas fazer uma melhor distribuição destes espaços, no território. Assim, foram colocados em prática, projetos de integração do espaço público, da recuperação da rua, como lugar de encontro, e da

mesmos perante o Governo Nacional. Além disso, impulsiona políticas locais para o melhoramento da qualidade de vida do morador através de programas de saúde, de moradia, educação e infraestrutura, bem como manter a ordem pública. Administrativamente a Prefeitura de Medellín se divide em dois grandes grupos: a Administração Central e as entidades descentralizadas. Fazem parte da Administração Central um conjunto de entidades denominadas Secretarias (ou Departamentos Administrativos). Algumas destas Secretarias são divididas em Subsecretarias que lhes são subordinadas. É o caso da *Subsecretaria de Turismo* que é uma divisão da *Secretaria de Desenvolvimento Económico*.

²¹¹ Segundo Suly María Quinchía Roldán, este é um aspecto a ser avaliado. No discurso oficial se fala da participação comunitária como um elemento-chave do urbanismo social. Porém, para as comunidades esta participação acaba sendo apenas instrumental.

recuperação de edifícios e dos equipamentos públicos. Isto se materializou com os Parques Lineares, *Passeos Peatonais*, espaços recreativos e desportivos, entre outros.

Os dois Planos de Desenvolvimento Urbano, portanto, priorizaram o espaço público, como um dos eixos centrais da transformação urbana. Este espaço é reconhecido como um lugar, que supera o físico, e se torna cenário, onde se dão as relações sociais, consideradas essenciais para a vida da cidade e para o bem-estar de seus habitantes. Esta prioridade e esta concepção dos espaços públicos, contidas nos dois Planos, são concretizadas por obras, como o Centro de Desenvolvimento Cultural de Moravia, (um antigo lixão da cidade e sua revitalização urbana), com Parques-Biblioteca, (incluindo o Parque-Biblioteca España), com a remodelação do Jardim Botânico, com a renovação do Estádio Atanásio Girardot, com a construção, ampliação e modernização de centros de unidades hospitalares, e de espaços públicos para a mobilidade, aonde aparecem obras, como as linhas de *metrocables* e do *metroplus*.

4.5.1. O Urbanismo social

Como foi dito, o “urbanismo social” é um conceito-chave, na construção da “nova Medellín”, ou, como aparece no *Pocket City*, apresentado anteriormente, da “Medellín em transformação” e está vinculado aos dois Planos de Desenvolvimento Urbano da cidade (2005-2011). Não é possível estabelecer, com clareza, o momento em que o *urbanismo social* aparece nas fontes documentais da administração municipal de Medellín²¹². O termo se define como um enfoque, para intervir no território, realizando, simultaneamente, a transformação física, a intervenção social, a gestão institucional e a participação comunitária. A difusão do enfoque transcende o local para chegar a cenários nacionais e internacionais, posicionando-se como um modelo de transformação urbana.

Segundo Suly María Quinchía Roldán (2013), a proposta do *urbanismo social* tem suporte na existência de um espaço, em crise, gerado pela ausência de governabilidade, como foi em Medellín; o controle exercido por atores, não-estatais armados, de confronto armado entre organizações criminais, de clientelismo e de fechamento de espaços. Ainda segundo a antropóloga, pode-se diferenciar, de forma clara, um espaço considerado anormal e disfuncional, em contraste com um espaço ideal, modelado pelo urbanismo social. O primeiro

²¹²As considerações desta parte do texto tem como referência o artigo *Discurso y produccion de ciudad* da antropóloga e docente da Universidade Nacional da Colômbia, sede Medellín, Faculdade de Arquitetura, Suly María Quinchía Roldán, 2013.

se qualifica como caótico, desordenado, não-planejado e ilegítimo, resultado da ação individual, e desvirtuado da ação coletiva.

Partindo da existência de um espaço, avaliado como em crise, a arquitetura e o urbanismo se apresentam como um instrumento para alavancar transformações. Na noção de cidade produzida pelo urbanismo social, sobressaem dois aspectos: a) a construção de uma imagem positiva de Medellín, como cidade modelo na escala mundial e b) a representação de uma cidade, que se constrói coletivamente, e na qual os cidadãos a ajustam à convivência e às novas formas de relacionamento, civilidade, participação e empreendimento. Qual seja, difunde-se o propósito de fazer de Medellín uma cidade governável, caracterizada por uma sociedade participativa, solidária, na convivência, e na coerência das responsabilidades individuais e coletivas.

4.5.2. Metrocables e mobilidade urbana na cidade

Dia 08 de dezembro de 2014, 00h30. Acabei de chegar à cidade de Medellín, na primeira de outras visitas que fiz à “cidade da eterna primavera”. Inicialmente tenho como objetivo pesquisar similaridades e diferenças entre os projetos do Teleférico do Complexo do Alemão no Rio de Janeiro e o do metrocable da Comuna 1 em Medellín, este tomado como modelo do outro no Plano de Urbanização do Complexo e no planejamento da mobilidade urbana carioca. Um outro objetivo é conhecer na Comuna 1, iniciativas de turismo desenvolvidas a partir das possibilidades de deslocamento por teleférico.

Depois de acomodar minha pequena bagagem em um dos quartos do hotel San Pedro del Fuerte, a primeira coisa que fiz foi ir até a varanda e olhar, em panorama, a cidade que para mim ainda era desconhecida. Vi um aglomerado de casas e prédios baixos, na maioria cor-de-terra, com suas luzes acesas, cercados ao longe por uma parede de morros, que pareciam uma fortaleza de proteção natural. Os morros eram iluminados por centenas de pequenas luzes - num cenário parecido com os morros cariocas à noite - que subiam transformando-os em painéis luminosos. As luzes mostravam que a cidade se expandia e que seus habitantes também haviam tomado conta das encostas das montanhas que cercam a cidade. Sem saber o que me aguardava nessa primeira viagem e o que me guardava essa cidade, lembro que a pergunta que fiz desta varanda foi: “em qual desses morros estará o teleférico?”. (Diário de Campo, 08 /12/ 2014)

A ideia da utilização de cabos aéreos, como transporte de massa, tomou forma em Medellín, na metade da década de 1990. A primeira linha entrou em funcionamento em 2004,

a segunda em 2008, a terceira (turística) em 2010 e outras duas estavam projetadas, para 2014. Em visita à cidade, percebi que, apenas, as três primeiras linhas se encontram construídas e ativas, sem sinal de construção das outras duas.

A novidade, deste empreendimento, é a utilização de uma tecnologia que está mais associada a pistas de esqui e a lugares turísticos, como meio de transporte público de massa. Em Medellín, os teleféricos – chamados de *metrocables*, por estarem integrados ao sistema de metrô da cidade – fazem parte das ações de transformação urbana do governo, dos Planos de Desenvolvimento Urbano, e, desta forma, foram planejados e construídos em setores pobres da cidade, especialmente aqueles que apresentam topografia íngreme. Medellín foi a pioneira na implantação desse sistema.



Figs. 254, 255, 256, 257: Sequência de fotos, feitas no mesmo dia e horário, por volta das 18h, na estação Acevedo (Linha K), desde o embarque dos passageiros (primeira foto) até a saída do metrô no andar de baixo (última foto). A sequência mostra o sucesso da utilização dos *metrocables* em Medellín, que já completam mais de 10 anos. Fonte: fotos do autor, 2016.

Os *metrocables* fazem parte do *Sistema Metro*, que consta de duas linhas elevadas, de trem, e de três linhas, de cabo aéreo: a Linha K (que serve às Comunas 1 e 2 no nordeste do município), a Linha J (que serve às Comunas 7 e 13 no Ocidente) e a Linha L, uma linha turística, que serve ao Parque Arví, um parque ecoturístico modelar, localizado 1.000 metros

acima do vale, aonde nasceu Medellín, e acessível, através de uma “baldeação” da Linha K. Esse sistema de mobilidade urbana é fundamental, na construção da imagem da cidade, como já se viu, aparecendo nos desfiles festivos e no mercado de arte turística.



Figs. 258 e 259: detalhe da *silleta* “metro” como parte do desfile da *Feria de las Flores* que apresenta marcas comerciais e simbólicas importantes da cidade de Medellín. Na *silleta* aparecem os *metrocables*, o metrô, a *tranvía* (inaugurada em 2015) e o *metroplus*. Figura 253, miniaturas do *metrocabre* e de outros meios de transporte “inovadores” de Medellín como o ônibus *metroplus*, vendidos numa loja de *recuerdos* turísticos do aeroporto internacional de Medellín, José María Córdova. Fonte: fotos do autor, 2015.

Conversei, em julho de 2015, com D. Rosalba Cardona, uma das moradoras mais antigas da Comuna 01. Sobre o teleférico ela disse: “As pessoas que moram aqui, adoram o *metrocabre*. Sentimos, como nosso. Não tem sujeira, não tem um lixo. Se há alguém que não goste, é 1%”.

4.5.3. Sistema integrado de transportes

O sistema de transporte de massa da *Región Metropolitana Del Valle de Aburrá* (RMVA) é composto pelo Metro, (inteiramente de superfície), os *Metrocabres* e o *Metroplús* (sistema BRT de ônibus, articulados com pistas especiais).

A Linha A do metrô, de 23,2km, percorre, longitudinalmente, o *Valle de Aburrá* desde Bello, no norte, até Itagüi, no sul. Conta com um total de 19 estações. A Linha B tem 5,6km, seis estações elevadas. Seu percurso vai de San Javier, no ocidente, até o centro de Medellín.

Integrados às linhas do metrô, os *metrocabres* possuem três linhas: a Linha K que tem três estações e percorre 2km no nordeste da cidade, nas Comunas 1 e 2; a Linha J também com três estações, percorre 2,9km, no ocidente da cidade, dentro das Comunas 7 e 13 e, finalmente, a Linha L que percorre 4,6km e permite chegar ao parque ecoturístico Arví. Esta linha está conectada, fisicamente, ao metrô, na estação de transferência em Santo Domingo (fim da Linha K) e vai até a vereda *El Tambo*, do distrito rural de Santa Elena, onde está a

segunda e última estação. Esta é a primeira linha turística do Metro que requer um pagamento de US\$ 2 por pessoa.



Fig. 260: Desenho de uma propaganda do EnCicla no metrô, mostrando sua integração com os outros tipos de modais de transportes possíveis de serem usados pelos moradores da cidade: Metroplus, Metrô, e Metrocable. Nesta data, a Tranvia ainda não havia sido inaugurada. Fonte: foto do autor, 2015.

4.6 A construção turística da cidade

A formação do Cartel de Medellín, que gerou um incremento, significativo, das atividades de narcotráfico e de guerrilhas armadas, ambas promotoras de situações de violência, teve repercussão nas atividades turísticas da Antioquia e de toda a Colômbia. BRIDA *et all.* (2010) afirma que, no período dos anos de 1998 a 2002, a má imagem que a Antioquia adquiriu, e a insegurança generalizada, fizeram com que prestadores de serviços, como restaurantes, hotéis e o comércio em geral, fossem obrigados a encerrar suas atividades. Os colombianos, reféns do medo, optaram por permanecer em suas cidades, evitando viagens ou qualquer outra forma de turismo, no país. Houve também uma retração, no turismo internacional (Idem, p.04). Anne Marie Van Broeck (2002) por outro lado, afirma que apesar dos conflitos armados, promovidos pelas guerrilhas, os colombianos nunca deixaram de viajar, “mesmo sendo menos frequente e de forma distinta” (VAN BROECK, 2002, p.44). Os dois estudos mostram, porém, que a atividade turística foi grandemente afetada pela sensação de insegurança, gerada pelo alto índice de violência.

Luz Helena Naranjo, que foi secretária de Turismo da cidade de Medellín, entre 2005 e 2010 (período do governo de Sergio Fajardo), afirmou em palestra²¹³ que, quanto à

²¹³ Luz Helena Naranjo fez uma apresentação da evolução do Turismo de Medellín e do plano turístico de desenvolvimento econômico da cidade, numa palestra, no dia 31 de Julho de 2015, no *Colegio Mayor de Antioquia*, para a qual fui convidado na minha segunda viagem à Colômbia. Hoje ela ocupa o cargo de Decana da Faculdade de Administração, que está ligada à área do Turismo, nesta instituição.

violência, Medellín era comparada à cidade, em guerra, de Beirute, no Líbano. Ela lembra que, nesta época de violência, se incentivou um turismo mais interno, de bairro a bairro, para que o morador de um bairro conhecesse o outro, já que as pessoas não circulavam, livremente, pelas ruas. Atualmente, a ocupação dos espaços urbanos públicos é incentivada e faz parte do hábito cotidiano dos moradores de Medellín. Esta é considerada, inclusive, uma das estratégias de combate à violência. Como vimos no exemplo do *Parque de los Deseos*.

No intuito de buscar responder a este panorama negativo e fortalecer o setor turístico, os governos departamentais promoveram diversas ações: entre 2001 e 2004, criou-se a *Secretaría de Productividad y Competitividad*, que funcionaria, como um ente regional, com a função de fomentar e promover o turismo no Departamento de Antioquia. Para isso, contava com um escritório de Direção de Fomento Turístico. O Departamento de Antioquia adotou, também, a figura de Conselhos Subregionais de Turismo, compostos por diferentes atores do setor. Estes Conselhos serviram, posteriormente, de modelo para outros Departamentos da Colômbia, devido aos bons resultados obtidos. Outro feito importante, para as atividades turísticas na Antioquia, foi a criação das Caravanas Turísticas em 2002, como parte do programa *Vive Colombia, Viaja por Ella* (Viva a Colômbia, Viaje por ela), criado pelo Ministério do Turismo, Indústria e Comércio²¹⁴, através da Direção Nacional de Turismo, com o apoio dos Ministérios da Defesa e Transporte e das autoridades regionais. A criação das *Caravanas Turísticas* veio, em resposta à situação de insegurança, que as rodovias apresentavam, em especial, por causa das investidas das guerrilhas armadas, como apontam os estudos de Van Broeck (2002).

Anne Marie Van Broeck, doutora em Antropologia Social e Cultural, em estudo publicado na *Revista Turismo y Sociedad*, analisa o turismo doméstico na Colômbia, no período compreendido entre 1996 e 2001, (VAN BROECK, 2002). Segundo ela, poderíamos identificar duas grandes formas de turismo doméstico na Colômbia: i) Durante os fins de semana e, ii) Durante temporadas mais longas, como férias e feriados. No período analisado, a insegurança é gerada, não mais pelos Cartéis de narcotráfico, mas pelas guerrilhas armadas, espalhadas pelo país.

Dentro deste estudo, o primeiro grupo de turistas, tem como motivação deslocamentos que o levem a desfrutar de ambientes ligados à natureza, à busca por atrativos naturais (cachoeiras, lagos, trilhas, passeios de barco, etc) ou à busca por áreas rurais e

²¹⁴O *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia* é um órgão do *Gobierno de la Administración General del Estado*. É encarregado de apoiar a atividade empresarial produtora de bens, serviços e tecnologias, bem como a gestão turística das diferentes regiões colombianas. Este atual Ministério é resultado da fusão, em 2002, dos Ministérios de *Desarrollo Económico* e o Ministério de *Comercio Exterior*.

pequenos povoados, ligados à prática do turismo rural (ou agroturismo), com hospedagem em chácaras, fazendas, etc. Já o segundo grupo, viaja em três épocas principais do ano: Natal, Semana Santa e na metade do ano (período de férias). Para este segundo grupo, os destinos de sol e praia, especialmente a região da Costa Atlântica (Caribe), continuam sendo as principais escolhas. Na metade dos anos 1990 é que novos destinos foram promovidos, como a ilha caribenha de San Andrés, os Parques Nacionais e a região cafeeira. Na época natalina, as grandes cidades se tornam atrativas para o turismo, por causa das decorações. Os *Alumbrados Navideños* e a Cidade Botero se tornam importantes escolhas para os turistas, nesta época, em Medellín. Viagens ao exterior são opções, apenas, para classes econômicas mais elevadas, e o principal destino é a cidade de Miami, na Flórida (EUA).

No entanto, Van Broeck (idem) nos conta que, durante a segunda metade do anos 1980 e durante os anos de 1990, as FARC-EP (*Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia-Ejército del Pueblo*) e o ELN (*Ejército de Libertación Nacional*), movimentos guerrilheiros, fundados nos anos 1960, se fortalecem e se tornam uma parte importante da vida cotidiana, cultural e política da sociedade colombiana. Esse período, especialmente os anos 1980, coincide, também, com o auge dos Cartéis de Medellín e de Cali. Como ações de resistência aos grupos guerrilheiros, foram fundadas as AUC (*Autodefensas Unidas de Colombia*), que incrementaram sua participação em grupos paramilitares, aumentando o panorama de guerra no país. Assim, Van Broeck identifica que, desde 1998-1999, a insegurança e a recessão econômica em que o país vivia, se tornaram as razões principais para o não-viajar.

O que causou essas reações foi o incremento do conflito armado em todo o país. Não somente certas regiões mas, com o tempo, quase todo o país havia se tornado inacessível. (VAN BROECK, 2002, p.46. *Tradução do autor*).

Eram frequentes as chamadas “pescas milagrosas”, realizadas pelos grupos guerrilheiros em rodovias, “em qualquer região do país e em qualquer momento”, objetivando o sequestro de civis (entre eles, turistas²¹⁵), que serviriam como moeda de negociação política, seguida de queima de veículos e roubos. As rodovias também passaram a ser local de protesto de grupos indígenas, por exemplo, bloqueando as vias de circulação. Muitas rodovias foram destruídas e, regiões inteiras foram consideradas inacessíveis ou simbolizadas, internacionalmente, com bandeiras negras. A viagem, tanto de ônibus, quanto de carro, se

²¹⁵No fim de semana dos dias 08 e 09 de dezembro de 2001, a guerrilha invadiu o Hotel Fazenda Barandú, localizado no município de El Jardín, Antioquia, sequestrando hóspedes, e turistas que se encontravam num local turístico perto do Hotel.

tornou perigosa. Os que podiam, viajavam de avião, mas nem mesmo este meio de transporte se mostrava, completamente, seguro. A população não trocava mais a cidade pelo campo, nos fins de semana, e preferia buscar alternativas de lazer na própria cidade, como ir a cinemas, a centros comerciais, a restaurantes, entre outros. A maior parte dos Parques Nacionais, também, se fechou ao público, reconhecidos como territórios perigosos, em seu espaço territorial ou em seus acessos.

A segurança nos destinos turísticos e nas rodovias foi o enfoque central, na política da Direção Geral de Turismo, de 2001 a 2002, com a elaboração de um Plano Estratégico de Segurança Turística. O não-deixar de viajar foi proposto, como um “ato de resistência.” Assim o *Caravanas Turísticas* fazia parte da necessidade de se recuperar a circulação nas estradas e de motivar os colombianos a voltarem a se deslocar pelo país. O programa *Vive Colombia, Viaja por Ella* acabou se convertendo no maior elemento dinamizador do turismo, nas regiões da Colômbia²¹⁶, consolidando destinos conhecidos e dando a conhecer outros novos.

Em Antioquia, buscou-se reativar o turismo interno: desde Medellín até outros municípios da região. Um órgão importante de suporte a estas ações foi o Conselho de Segurança Turística. Desta forma, com o passar do tempo, a cidade de Medellín começou a se consolidar, como destino de turismo de negócios, de saúde/estética (cirurgias plásticas e odontológicas) e de eventos²¹⁷.

Uma das primeiras ações em Medellín, voltadas para o desenvolvimento econômico da cidade, através do turismo, foi a criação, em 2002, do *Medellín Convention and Visitors Bureau*, cuja missão é a de posicioná-la como destino principal, para a realização de feiras, congressos, convenções e eventos da América Latina. Em 2006, penúltimo ano do governo de Sergio Fajardo, é construído o Centro de Convenções Internacional de Medellín, conhecido como *Palacio de Exposiciones Plaza Mayor*, um importante espaço para impulsionar o turismo de eventos na cidade²¹⁸.

Na hierarquia dos órgãos de turismo na Colômbia, atualmente, aparece no topo o Ministério de Comércio, Indústria e Turismo. Em seguida, vem o Vice-Ministério do Turismo

²¹⁶Podemos identificar 5 (cinco) regiões na Colômbia: *Caribe, Pacífica, Andina, La Orinoquia* e *La Amazonía*. A cidade de Medellín faz parte da região Andina.

²¹⁷Podemos também mencionar o chamado *turismo cultural*, tendo como atrativos a *Feria de las Flores*, a visita às igrejas, museus e centros culturais; e o turismo de natureza (ou ecoturismo) que tem como atrativos a parte ligada ao meio ambiente da cidade e arredores (Parques Nacionais, região rural etc).

²¹⁸Durante o período de estada da minha segunda viagem à Medellín, o *Palacio de Exposiciones Plaza Mayor* foi espaço de dois eventos nacionais importantes: o *Colombiamoda* (um evento de moda aos moldes do *SP Fashion Week*) e a *Feria de las Flores*.

e, logo depois, as administrações municipais e departamentais, como as Subsecretarias de Turismo²¹⁹. O marco normativo da atividade turística na Colômbia tem origem na Lei 300 de 1996 (modificada pela Lei 1101 de 2006) que “destaca a importância do setor, como uma indústria essencial para o desenvolvimento do país, em especial, para as diferentes entidades territoriais” (VELÁSQUEZ e AGUIRRE, 2010). A lei foi promulgada durante o governo presidencial de Ernesto Samper Pizano (1994-1998) e apoiada por uma série de políticas de desenvolvimento turístico. Existem outros elementos, que guiam as atividades turísticas no país, como as metodologias de planejamento e desenvolvimento de produtos turísticos, os selos de qualidade e as normas técnicas setoriais.

No longo governo presidencial de Juan Manuel Santos (eleito em 2010 e reeleito em 2014), são elaborados os dois mais recentes Planos Setoriais de Turismo para a Colômbia: o de 2011-2014, chamado “Turismo: fator de prosperidade para a Colômbia”, e o atual, de 2014-2018, intitulado “Turismo para construção da paz”. Ambos os planos nacionais terão influência no Plano de Desenvolvimento Turístico de Medellín 2011-2016, elaborado no governo do prefeito Alonso Salazar (2008-2011)²²⁰. Uma observação importante é que o turismo também aparece incorporado ao Plano de Desenvolvimento Urbano de 2008-2011, “Medellín solidária e competitiva”, através de programas como a intervenção do sistema integrado do *metrocable*, que comunica a cidade com o Parque Arví; a intervenção nos Cerros *El Volador* e *Nutibarra* e o tratamento destes, como ecossistemas; o empreendimento rural e social nos *Corregimientos* rurais; o fomento de mercados artesanais; o apoio ao Cluster de Negócios MICE²²¹ e a promoção da cidade de Medellín, como destino internacional. Este Plano Urbano dimensiona diferentes cenários de integração regional, com a finalidade de “conectar Medellín com o país e o mundo” e “projetá-la a nível regional, nacional e internacional”, posicionando-a, como uma cidade moderna e competitiva. (Plan de Desarrollo Turístico de Medellín, Alcaldía de Medellín, 2012, P.18-19). Medellín é, hoje, o terceiro destino turístico nacional, perdendo, apenas, para Cartagena das Índias e Bogotá.

Na 42ª ABAV Expo-Internacional de Turismo, feira voltada para o segmento das agências e agentes de viagens e turismo, ocorrida em São Paulo em 2014, a Colômbia esteve presente com um grande estande, promovendo o país através da campanha turística *Colombia*

²¹⁹ Em Medellín, por exemplo, na gestão do prefeito Aníbal Gaviria (2012-2015), a Subsecretaria de Turismo que antes estava vinculada à Secretaria de Cultura Cidadã, passa a ser subordinada à Secretaria de Desenvolvimento Econômico.

²²⁰ Alonso Salazar Jaramillo além de político é jornalista e escritor. É autor do livro *La Parábola de Pablo*, que inspirou a série televisiva produzida pelo canal Caracol *Pablo Escobar, el Patrón del Mal*.

²²¹ Segmento que envolve Negócios, Incentivos, Conferências, Exibições e Eventos.

es realismo mágico, inspirada na literatura de Gabriel Garcia Marquez. Neste estande era oferecida a degustação de bebidas e frutas colombianas, como a Uchuva, o Lulo e a Feijoa. Além da degustação, os visitantes podiam escolher e, levar para casa, pequenos cartões informativos, com fotos, de diferentes regiões turísticas do país, na frente, e com um pequeno texto sobre ele, no verso. Na parte de trás, também, estava impresso um QR Code²²², no qual o usuário podia, através da leitura do código, por um aplicativo de aparelho de telefone celular, *smartphone*, acessando o sítio eletrônico *Colombia Travel*²²³ para a obtenção de maiores informações sobre o atrativo.



Figs. 261, 262 e 263: Estande promocional da Colômbia na 42ª ABAV de 2014; Frente e verso (com o QR Code) da tarjeta promocional da cidade de Medellín e outra tarjeta distribuída pelos promotores que permitia também o acesso, via QR Code, ao sítio eletrônico da campanha turística “Colômbia é Realismo Mágico”. Fonte: fotos e material do autor, 2014.

Na minha primeira viagem à Colômbia, na cidade de Bogotá, tive a oportunidade de participar de uma feira internacional de artesanato. Nesta estava montado um estande, que promovia a mais recente campanha turística do Governo colombiano, lançada em 2013: a *Red Turística de Pueblos patrimoniais*²²⁴. Como parte da campanha, os promotores distribuíaam folders de informação turística sobre os *pueblos*, que faziam parte da rede, como El Jardín, Santa Fé e Jericó, três povoados do Departamento de Antioquia, com figurantes que usavam roupas tradicionais, de cada região.

²²² O QR Code é um gráfico em duas dimensões numa caixa preto e branca, que contém informações pré-estabelecidas codificadas como textos, páginas da internet, SMS ou números de telefone. Este conteúdo pode ser lido por meio de aparelhos específicos para este tipo de código ou de aplicativos instalados em celulares.

²²³ <http://www.colombia.travel/realismomagico>

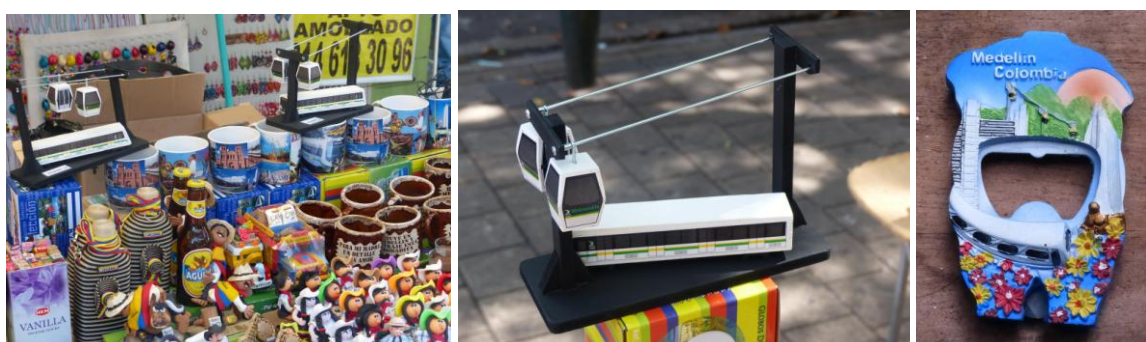
²²⁴ Mais sobre o assunto em <http://www.pueblospatrimoniodecolombia.travel>



Figs. 264 e 265: Estande promocional da campanha *Red Turística de Pueblos Patrimonio* na Feira Internacional de Artesanato em Bogotá. Nas fotos aparecem figurantes com os trajes tradicionais da Antioquia e Cundinamarca (a mulher de saia preta). Fonte: fotos do autor, 2014.



Figs. 266 e 267: Posto de informações turísticas na Praça Botero, centro de Medellín. Numa das fotos que decoram o posto, aparecem os *metrocabes* de Santo Domingo com o Parque Biblioteca España ao fundo. Fonte: fotos do autor, 2015.



Figs. 268, 269 e 270: barraca de um vendedor ambulante de *recuerdos turístico*, perto da estação de metrô Estadio-Floresta, em Medellín. Entre outros, o vendedor oferece, uma miniatura do *metrocabes*, que mostra a integração com o metrô. Esta mesma miniatura também podia ser encontrada em quiosques oficiais de rua, e em lojas de *souvenirs* turísticos. Na última foto, um pequeno ímã de geladeira na forma de *souvenir*, onde também aparecem o metrô e uma linha de *metrocabes*. Fonte: fotos do autor, 2014.

4.7 O turismo polêmico sobre um passado indesejado

Na segunda visita a Medellín, durante o trabalho de campo, tomei conhecimento da oferta de um *tour* na cidade, tão polêmico, quanto os *tours* em favelas, no Rio de Janeiro:

visitas turísticas ligadas, à vida de Pablo Escobar.²²⁵ Esta oferta turística, vendida principalmente em *hostels* e, assim, tendo como público-alvo, jovens e estrangeiros, faz um contraponto à boa fase da “nova Medellín”, construída pelo discurso oficial e pelas figuras do *Pocket City*. Funciona como uma sombra, um passado indesejado²²⁶, que é rememorado, trazido à baila, especialmente, depois da produção da série sobre a vida de Escobar, pelo canal Caracol.

Segundo Júlia Campiolo Porto, a boa fase é uma consequência do seu histórico de violência.

A morte de Pablo Escobar, chefe do cartel de Medellín, em 2 de dezembro de 1993, representou a primeira chance, em anos de recuperação efetiva, da cidadania, no município e, a data é o marco do início da reestruturação da autoestima coletiva da população. (PORTO, 2013).

Quando tratamos da construção turística da cidade, vimos que a convivência com a insegurança a partir da violência urbana, não somente em Medellín, mas por toda a Colômbia, não terminara com a desestruturação dos cartéis de Medellín e Cali. Há que se levar em conta, grupos guerrilheiros, paramilitares, e outros grupos sociais, como as gangues urbanas. O próprio narcotráfico, depois da morte de Pablo Escobar, passou a ser representado por Nato Berna (Don Berna), que havia colaborado com a polícia, nos conflitos contra o cartel de Medellín. Don Berna se aliou a grupos paramilitares, originando o grupo Bloque Cacique Nutibara, que passou a dominar bairros empobrecidos da cidade. Como pontua a Revista Semana, um dia depois da morte de Pablo:

Antes de Pablo Escobar, os colombianos desconheciam a palavra *sicário*. Antes de Pablo Escobar, Medellín era considerada um paraíso. Antes de Pablo Escobar, o mundo conhecia a Colômbia, como a Terra do Café. E antes de Pablo Escobar, ninguém pensava que, na Colômbia, se podia explodir uma bomba, em um supermercado ou num avião, em pleno voo. (Revista Semana, Bogotá, 3 de dezembro de 1993).

De acordo com Iván Ramírez e Grazielle Costa,

o negócio das drogas se consolidou, na Colômbia nas décadas de 1970 e 1980, quando grandes proprietários de terra ingressaram no sistema produtivo

²²⁵ Para a professora Suly María Quinchía Roldán, este turismo pode ser considerado polêmico dependendo da perspectiva. Tomei aqui o termo por estar no artigo de Claudia Gilraldo, Anne Marie Broeck e Luísa Rosada. Para Suly existiria uma divisão entre o turismo formal e o informal do qual os tours Pablo Escobar fazem parte.

²²⁶ Utilizo aqui o termo “passado indesejado” utilizado no artigo de GIRALDO *et all* sobre o tema dos tours Pablo Escobar, 2014.

de maconha e, em alguma medida, de cocaína. Tal fato ocasionou o aumento do valor da terra, e a expulsão de muitos camponeses para a cidade. (RAMÍREZ e COSTA, 2012, p.118).

Particularmente, em Medellín, os “narcodólares” se tornaram a principal força motora da cidade, financiando clubes sociais e esportivos, empreendimentos imobiliários, concursos de beleza, eventos culturais e recreativos (Nelly CASTRO *apud* RAMÍREZ e COSTA, 2012). O dinheiro, proveniente do tráfico de drogas, era “lavado” em setores da economia formal, como a construção civil, necessária ao desenvolvimento da cidade e à geração de empregos. No campo, grupos guerrilheiros exerciam o controle, sobre zonas significativas do território, e, muitas pessoas foram forçadas a se mudar para a cidade, que passou a ser vista como um lugar “moderno”, (em oposição ao campo, “bárbaro”), que criava expectativas de proteção.



Figs. 271 e 272: Grafites pintados pelos moradores, nas cercanias da estação de *metro cable* Santo Domingo, mostrando imigrantes rurais se deslocando para a cidade e elementos da paisagem rural como pássaros, cavalos, bois e riachos. Fonte: fotos do autor, 2015.

Como foi dito, anteriormente, em particular, nas décadas de 1970 a 1990, as classes, médias e altas, se fecharam em seus bairros, reféns do medo, e sustentavam seus ritmos econômicos e de vida social, divorciados do resto da cidade. Enquanto isso, as famílias marginalizadas se apinhavam nas Comunas das ladeiras montanhosas, e eram vítimas do fogo cruzado de jovens delinquentes, ou de milícias urbanas, que disputavam o poder territorial, exercendo autoridade sobre o território conquistado. Em alguns bairros, ninguém podia sair depois das seis da tarde; era proibido andar por certas ruas, transitar, por certos setores, pronunciar certos nomes. Ainda como explica Júlia Porto (2013), nesse cenário, Pablo Escobar conquistou o apoio da população da cidade, através de obras assistencialistas, preenchendo lacunas deixadas pelo Estado. Construiu, por exemplo, um bairro inteiro, que ainda leva seu nome, doando as casas para famílias empobrecidas e ajudando os moradores do lixão de Moravia. Eram famosas as visitas do *El Patrón* às Comunas mais empobrecidas de

Medellín. Os moradores formavam fila, à frente de seus capangas, para receber dinheiro distribuído pelo narcotraficante.

Claudia Giraldo, Anne-Marie Van Broeck e Fernanda Posada (2014) escreveram um artigo, com resultados da pesquisa, feita com agências de turismo e *blogs* de viagem, acerca dos “*tours* Pablo Escobar”, oferecidos na cidade de Medellín. No trabalho, as autoras discutem, até que ponto, os *tours* seriam responsáveis por uma apologia ao narcotráfico e a um passado indesejado da cidade de Medellín, e, até que ponto poderiam funcionar, como uma forma de entendimento de realidade e da transformação da cidade. Podemos encontrar semelhanças deste pensamento, com a oferta e realização de *tours*, em favelas do Rio de Janeiro, oferecidas por agências, a principalmente, estrangeiros. Para muitos moradores da cidade do Rio e, até mesmo, para alguns estudantes e profissionais do setor de turismo²²⁷, a visita a favelas evidencia um aspecto indesejado da cidade: espaços que deveriam ser, até mesmo, apagados dos cartões postais da “cidade maravilhosa”²²⁸.

As autoras consideram o *tour* Pablo Escobar, como uma modalidade de *dark tourism* (turismo sombrio), apoiadas no conceito, cunhado por Foley e Lennon, que o definem, resumidamente, como a visita a destinos, onde a violência é a atração principal, e um legado ou uma realidade, ainda em curso (GIRALDO *et all*, 2014, p. 102). Erika Robb amplia este campo de denominação do *dark tourism*, dizendo que esta modalidade se refere ao interesse em visitar lugares associados à miséria humana, à morte, e à violência, seja ela econômica e social ou militarizada (ROBB, 2009). O *dark tourism* é uma modalidade de turismo, que também já foi associada – como, por Bianca Freire-Medeiros (2009), - à visitação a favelas.

Compreendido ou não, como turismo sombrio, os *tours* Pablo Escobar, assim como o turismo em favela, não deixam de ser, no mínimo, polêmicos. Referente aos *tours* Pablo Escobar, encontrei, na minha segunda viagem a Medellín, pelo menos dois *tours* sendo oferecidos. Todos os dois tendo, como demanda principal, turistas jovens e estrangeiros, cujos lugares só estavam disponíveis, para reserva e compra, em alguns *hostels* da cidade. Era necessário ir até estes *hostels*, escolher qual dos dois *tours* se queria comprar, fazer a reserva, o pagamento, e voltar ao *hostel*, no dia seguinte – ou, um dia depois - para ser apanhado pela companhia organizadora, e realizar o *tour*.

²²⁷ Mesmo alguns alunos de cursos de turismo em que leciono e já lectionei, acreditam que as favelas são lugares que não deveriam estar nas propagandas turísticas.

²²⁸ Visitando as principais bancas de jornal dos bairros de Copacabana e Ipanema (principais bairros do turismo tradicional da cidade do Rio de Janeiro) que vendem cartões postais para turistas, por exemplo, raramente encontramos cartões com a imagem de favelas da cidade impressa.

Os dois *tours* eram chamados *Tour Pablo Escobar* e eram oferecidos pelas empresas *Paisa Road* e *Tour Pablo Escobar Gaviria*. O *Tour Pablo Escobar by Paisa Road* custava US\$12,00 e o *Tour Pablo Escobar Gaviria*, US\$25,00. A diferença, entre um e outro, é que o primeiro oferecia, apenas, a visita a alguns lugares, marcados pela história de vida de Pablo Escobar, como o cemitério, onde ele está enterrado, (Cemitério *Montesacro* no bairro de *Itaguí*), e o edifício *Mónaco*, (um grande e luxuoso edifício, de oito andares, uma das propriedades de Pablo Escobar, localizado num bairro nobre da cidade de Medellín, chamado *El Poblado*). O diferencial, apresentado pelo segundo *tour*, foi a visita a uma das casas, que pertenceu a Pablo Escobar, com direito, dependendo do dia, a um encontro com o único irmão vivo do narcotraficante, Roberto Escobar, *El Osito*. Este segundo *tour* é organizado por Jaime, um ex-guarda-costas do primo e principal parceiro de Pablo Escobar, Gustavo Gaviria. Ele afirma ser o único a ter permissão para entrar na casa de Roberto Escobar.

Em pesquisa, na internet, encontrei outros *tours* Pablo Escobar, oferecidos em Medellín, inclusive a notícia de um deles ser organizado pela sua família²²⁹. No entanto estas iniciativas não são vistas com bons olhos, pelas autoridades e pelos empresários de Medellín. Giraldo *et all*, em sua pesquisa, afirma que:

Apesar da demanda por esse tipo de turismo ser uma realidade inegável, a administração municipal e departamental, e a maioria dos empresários, demonstram, pouco interesse e um certo temor, em oferecer este produto. (GIRALDO *et all*, 2014, p.101)

Tive contato com o organizador do tour Pablo Escobar, Jaime, quando estive pela primeira vez no Cemitério Montesacro²³⁰, no dia 02 de agosto de 2015. Na época eu havia comprado em Medellín, e estava lendo, o livro de Alonso Salazar: La Parábola de Pablo. O livro inicia sua narrativa com uma reunião no túmulo de Pablo, no dia que seria de aniversário, 2 de dezembro. O autor descreve a chegada para a visita ao túmulo, de antigos amigos, pessoas a quem Pablo havia ajudado e da sua mãe, D. Hermilda. Segundo ele, todo o dia 02 de qualquer mês, há uma espécie de peregrinação ao túmulo de Pablo para lhe render homenagens. Como se aproximava o dia 02 de Agosto, um domingo de 2015, não pude deixar de procurar saber

²²⁹ Sobre o *tour* organizado pela família de Pablo Escobar, visitar: <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2012/02/familia-de-pablo-escobar-cria-tour-sobre-vida-do-trafficante-colombiano.html> Acesso em 20 de dezembro de 2015.

²³⁰ O Montesacro é um cemitério no estilo cemitério-parque, onde a identificação dos mortos é feita, apenas, por pequenas placas fixadas no chão. Algumas delas enfeitadas por flores e decoração, feitas por visitantes recentes ou encomendadas a funcionários. O cemitério é particular conta com uma capela e dois prédios, onde restos mortais são guardados em pequenas urnas ou em gavetas de parede. Um desses prédios funciona, também, como crematório.

onde ficava o Montesacro na intenção de conhecer o lugar. Assim, de manhã, e acompanhado, apenas, da minha câmera fotográfica, tomei o metrô que me levou até a estação Itaguí, próxima ao cemitério. Da estação peguei um táxi que me levou até a capela principal, dentro do cemitério. Seguia com um pouco de receio: estava sozinho, era estrangeiro, nunca havia ido até aquele lugar. Quem eu poderia encontrar, rendendo homenagens ao maior narcotraficante de todo o mundo? E como eu seria identificado, visitando o túmulo?

Ao descer do táxi e olhando o grande espaço, ao ar livre, povoado de lápides no chão, me perguntava aonde seria o lugar no qual Pablo Escobar estava enterrado. Minha resposta veio, através de um pequeno grupo, que subia numa Van, estacionada perto da capela. Aproximei-me desconfiando que o grupo fosse de um tour Pablo Escobar, e, realmente, era. Foi, então, que conheci Jaime, que me falou sobre o seu tour, me deu seu contato telefônico e me mostrou aonde ficava o túmulo de Pablo. O túmulo não estava muito longe dali. Na lateral da capela, quase na borda de uma das extremidades do cemitério, protegido por uma coluna de ciprestes, lá estava o lugar, neste momento, sem ninguém.

Me aproximei e vi, atrás dos ciprestes, um retângulo no chão, de bordas em padrão grego e pedra escura, com o centro coberto de pedrinhas brancas. Nada do que poderia ser um luxuoso mausoléu de mármore. Como descrito no livro, na parte superior do retângulo, seis pequenas lápides e uma a mais: a da mãe de Pablo que havia morrido depois que o livro fora lançado. As lápides maiores eram as de Pablo (no canto esquerdo e a única enfeitada de flores), da mãe (ao centro) e a do pai (no canto direito). Entre as outras estavam a do irmão mais novo de Pablo, que morreu ainda jovem (ao lado da dele) e a do guarda-costas, que o acompanhou nos últimos meses de sua vida. Tirei a minha câmera fotográfica da mochila e comecei a fotografar.

Quando fotografava, se aproximou um senhor de meia idade e me perguntou: “Por que você está fotografando este túmulo?” Busquei explicar, num espanhol muito nervoso, que era um visitante, que estava fazendo uma pesquisa na cidade. Ele me perguntou minha profissão, disse que havia nascido no mesmo ano que Pablo (mostrando a carteira de identidade) e ao final, o que desejava era dar uma mensagem moral sobre o narcotraficante. Dizia que ele não era exemplo a ser seguido, que roubava desde cedo, e que ele, que havia nascido no mesmo ano, sempre buscou ter uma vida “digna”. Depois entrou por trás da capela e desapareceu. Ao que parece, era um funcionário do cemitério.

Não encontrei nenhuma peregrinação nesse dia e horário da minha visita (por volta das 14h), mas logo, em seguida, um segundo personagem apareceu no túmulo. Também um senhor de chapéu, carregando um saco e um isopor, no ombro, chegou perto do túmulo, foi até um arbusto, perto dele, tirou de lá uma vassoura e começou a varrer a pedra, em volta do retângulo. Do saco de estopa tirou um pano com o qual começou a limpar as pequenas lápides. De lá também tirou, depois, algumas velas que acendeu e colocou perto das lápides. Eu perguntei, se ele era um funcionário do cemitério, ou

alguém pago pela família, para cuidar do túmulo e ele se limitou a dizer que não queria que eu fotografasse o túmulo, estando ele sujo. Foi depois disso que começaram a chegar algumas outras pessoas. Homens jovens, de meia idade e mais idosos e casais, um deles com um jovem numa cadeira de rodas. Não consegui saber se eram moradores ou turistas. Alguns, homens, chegavam perto da lápide de Pablo e ficavam parados de pé, ao lado dela. Pareciam rezar. Ao se despedirem, batiam três vezes na lápide com o nó dos dedos e faziam o sinal da cruz. Um deles se sentou numa espécie de banco, construído do lado oposto ao das lápides, e ficou ali observando o túmulo. Pablo Escobar ainda é, me parece, considerado uma espécie de herói por alguns grupos da cidade.

Me afastei um pouco do túmulo, procurando no cemitério, as outras lápides de personagens, ligados à vida de Pablo Escobar, descritas no livro de Salazar: a do seu primo Gustavo Gaviria, a de Fabio Ochoa, a do grupo musical, que acompanhava Pablo, e mortos numa das suas explosões. Retornei ao túmulo da família Escobar e um terceiro personagem se aproximou de mim. Era um senhor de cabelos grisalhos, chamado Iván. Ele me perguntou se eu conhecia o túmulo de Griselda Blanco, dizendo que havia sido ela quem ensinou a Pablo o caminho do tráfico de cocaína para os Estados Unidos. Disse que não conhecia e ele se propôs a me levar até lá, para que eu fotografasse. Numa mistura de adrenalina e curiosidade, aceitei o convite. O túmulo de Griselda não era longe do de Pablo. Iván também me levou até o prédio do crematório me mostrando a janela aonde estavam as cinzas de um dos responsáveis pela preparação das bombas, que explodiam contra os inimigos do Patrão. Ele contou que um de seus filhos, também, estava enterrado ali, naquele cemitério. Ele havia ficado perto do local de uma das explosões, ordenadas por Pablo, na cidade e foi confundido e morto por policiais, como seu cúmplice.

Voltei ao túmulo de Pablo e ao cemitério *Montesacro* no dia em que comprei o *tour* de Jaime. Comprei-o para o dia 08 de Agosto (2015). Encontrei-me com Jaime (que dirigia a van de passageiros), e com Daniel (o guia do *tour*), no bairro de classe média alta e, popular para turistas estrangeiros, principalmente, pela oferta de meios de hospedagem do tipo *hostel*, *El Poblado*.



Figs. 273, 274, 275 e 276: o senhor limpando o túmulo da família Escobar e visitantes do dia 02 de dezembro. Fonte: fotos do autor, 2015.

A van saiu às 08h, recolhendo os turistas que já haviam feito suas reservas. Era um sábado de sol e o grupo fechou, formado por 10 turistas, a maioria norte-americanos: um casal da Alemanha, um brasileiro do Rio de Janeiro e eu. De tarde, Jaime informou que haveria outro grupo para realizar o mesmo roteiro. Jaime e Daniel contam que, quando começaram com esse *tour*, conseguiam levar, apenas, 4 (quatro) ou 5 (cinco) turistas, por dia, e, mesmo assim, nos meses de julho e dezembro, meses da alta estação turística na cidade. Hoje, eles contam, são aproximadamente 400 turistas, por mês, e conseguem ter procura durante, todo o ano.

O *tour* durou a metade de um dia e só nos levou a três lugares: i) o que restou do edifício *Mónaco*, atualmente vazio e fechado, confiscado pelo Estado. É vigiado por seguranças numa guarita na entrada do prédio; ii) ao cemitério *Montesacro* e, iii) à casa de Roberto Escobar, o ponto alto do *tour*²³¹.

No edifício *Mónaco* e no cemitério foram dadas explicações, pelo Daniel, sobre a vida de Pablo e sobre sua relação com o narcotráfico. Comentou bastante a série *Pablo Escobar: El Patrón del Mal*, já que ela foi um grande sucesso, também em outros países. Na casa de Roberto Escobar (e também no cemitério), além das explicações dadas, são oferecidos *recuerdos* de Pablo Escobar, como imãs de geladeira – alguns com sua foto emblemática, sorrindo, quando foi preso pela primeira vez -, DVDs de documentários sobre Pablo, cópia de fotos, pequenos posters, livros, etc. Curiosamente, nem a série (que já foi lançada, em DVD, na Colômbia), nem o livro de Alonso Salazar estavam à venda.

A série em DVD, parece, já estava quase esgotada e, realmente, foi muito difícil achá-la na cidade. Comprei-a numa loja de DVDs de shopping.



Figs. 277 e 278: Edifício *Mónaco* no bairro *El Poblado*, Medellín e o guia Daniel contando a história de Pablo para o grupo de turistas do *Tour Pablo Escobar Gaviria*, no cemitério *Montesacro* e no local dos túmulos de Pablo Escobar e de seus familiares. Fonte: fotos do autor, 2015.

²³¹Neste dia, antes da saída, Jaime avisa que o primo não estará na casa e que, quem preferisse, poderia desistir do *tour*, ali mesmo.



Figs. 279 e 280: Local dos túmulos da família Escobar no cemitério *Montesacro* e lápide de Pablo. Fonte: fotos do autor, 2015.

A casa de Roberto Escobar se transformou num pequeno “museu”, mas, expõe muito pouca coisa de Pablo Escobar: três, de seus carros; um, de seus *jetskis*; uma, de suas motos; várias fotos de Pablo, ampliadas, na forma de pôsters; uma série de fotografias de Pablo, em várias ocasiões de sua vida, e fotos dos seus pais. Somos apresentados à casa, na entrada, onde fica a garagem; levados, depois, para uma sala de jantar, onde está uma grande e luxuosa mesa de oito cadeiras, no centro, e um imenso quadro de um cavalo, na parede, (o cavalo era o preferido de Roberto Escobar). Seguimos a visita a um outro aposento, onde Daniel mostra alguns esconderijos, em móveis e na parede, usados para guardar dinheiro. Depois, pudemos ver, em um outro aposento, objetos relacionados com *El Osito*, dono da casa, que foi competidor e campeão de ciclismo, e amante do futebol. Finalmente, chegamos à varanda e aos fundos da casa.



Figs. 281, 282 e 283: Imãs de geladeira e adesivos vendidos durante o *Tour Pablo Escobar Gaviria*, com imagens do *El Patrón*; cópias de fotos de Pablo Escobar e de um cartaz de busca do narcotraficante e de seus comparsas, oferecido ao grupo de turistas no *Tour Pablo Escobar Gaviria*; cópias de documentários vendidos no *Tour Pablo Escobar Gaviria* para os turistas, sobre diferentes aspectos da vida de Pablo Escobar, incluindo o documentário *Pecados de Mi Padre*, idealizado pelo filho Juan Pablo Escobar e dirigido, em 2009, pelo argentino Nicolás Entel. Fonte: fotos do autor, 2015.

Quando Roberto está presente, na casa, são inevitáveis os pedidos de fotos, pelos turistas. Várias dessas fotos são divulgadas, na internet. Neste meu *tour*, as fotos dos turistas

se limitaram aos objetos da casa. O turista brasileiro faz questão de fotografar um quadro do Menino Jesus de Atocha, uma representação que aparece, tanto na abertura da série televisiva, quanto em várias tomadas, do interior das casas de Pablo Escobar. Ao que parece, além de ser fã de Roberto Carlos - ouvia suas músicas no carro com a família, cantarolando alguns trechos, *El Patrón* tinha uma devoção particular por aquela imagem, certamente uma herança religiosa de sua mãe, D. Hermilda Gaviria de Escobar. Pude perceber, na minha primeira visita ao *Montesacro*, na lápide de D. Hermilda, uma imagem gravada do Menino Jesus de Atocha, com os seguintes dizeres abaixo do seu nome: *Bondadosísimo santo Niño de Atocha, adorado niño de mi corazón.*



Figs. 284 e 285: Quadro e imagem esculpida do Menino Jesus de Atocha na entrada da casa de Roberto Escobar. Atrás, a mesa da sala de jantar com a pintura do seu cavalo favorito. Fonte: foto do autor, 2015. Na figura 285, turista tirando fotos com Roberto Escobar na casa. Na parede, a foto do irmão Pablo Escobar na época em que esteve preso em *La Catedral*. Roberto tem um gorro igual ao que Pablo está usando no grande pôster, que empresta aos turistas para tirarem a foto e ficarem “parecidos” com o narcotraficante. Fonte: foto do site *noticias.R7.com*.



Figs. 286 e 287: Roberto Escobar no aposento da casa, onde existe uma galeria de fotos e objetos dedicados a ele. Na foto ele está com sua bicicleta de corrida, que também fica exposta. Fonte: Foto do site *Spears*. Fig. 287, Roberto Escobar conversando com turistas num dos aposentos da casa. Fonte: foto do site *Prweb*;

Na visita guiada, pude perceber um discurso, de construção mítica e heroica, do personagem Escobar. Daniel produz esta notoriedade, ao longo do guiamento: no cemitério *Montesacro*, onde diz que “Pablo foi uma vítima da sua própria família, pois seu avô já

contrabandeava uísque, quando era jovem”; na casa de Roberto Escobar, diz que “o erro de Pablo foi ter entrado para a política”; e na van, diz que “não mataram Pablo Escobar, ele se matou, quando viu que estava encurralado, e que seria deportado para os EUA. Procurem o vídeo, no *YouTube*, sobre a exumação de seu cadáver, que vocês vão conferir isto”.

Na propaganda turística oficial da cidade, a figura de Pablo Escobar é apagada, da mesma maneira, como o nome ESCOBAR foi apagado, da fachada do edifício *Mónaco*, depois da morte de *Don Pablito* (um de seus apelidos). É evidente a exploração, no preço deste roteiro, oferecido pela *Tour Pablo Escobar Gaviria* e a capitalização turística, em cima de seu nome, atendendo a uma demanda, prioritariamente, estrangeira. Além dos lugares visitados, neste *tour* do Jaime, existem vários outros importantes, ligados à sua figura, que não são visitados: o próprio bairro, que leva seu nome; a *Hacienda Napoles*, que ainda mantém seu portão de entrada original, e onde Escobar construiu um zoológico; *La Catedral*, onde ele escolheu para ser preso; a casa, em cujo telhado, ele foi morto. Como foi dito, este *tour* oferece como diferencial e atrativo maior, a permissão - pelo fato de o organizador ter sido um ex-guarda-costas do primo, Gustavo Gaviria - de se entrar em uma das casas de Pablo, e que agora pertence ao seu único irmão vivo, e que apresenta um museu muito simples, se considerarmos a quantidade de bens que Pablo Escobar possuía. Certamente, *El Osito* deve receber uma percentagem, em dinheiro, de cada visita à casa.

Pablo Escobar para o turismo oficial da cidade, é um não-dito. Um lado sombrio da cidade, polêmico, para que seja oferecido, como produto turístico. Dentro dessa modalidade de turismo, podemos citar, também, o “narcoturismo”. Apesar de, pessoalmente, eu não ter tido notícia da venda de pacotes turísticos, desta categoria, em nenhuma das minhas idas e pesquisas a Medellín, o site *Semana.com* apresenta uma página intitulada “Sexo e drogas: um pacote turístico em Medellín”, tratando, especialmente, deste tipo de motivação que levaria turistas estrangeiros a visitarem a Colômbia. A reportagem cita Pablo Escobar, e define o narcoturismo como uma

corrente turística, na qual indivíduos nacionais e estrangeiros visitam uma ou várias zonas específicas de um país, com a intenção de adquirir, consumir ou transportar drogas, principalmente maconha, cocaína e heroína, incluindo visitar plantações e laboratórios clandestinos, para conhecer o processo de elaboração das drogas²³².

O site afirma que Medellín é a terceira cidade, da Colômbia em que mais ocorre esse tipo de turismo, ficando atrás, apenas, de Bogotá e Cartagena. Confirma ainda, que o

²³² A informação completa sobre o narcoturismo está em <http://www.semana.com/especiales/medellin-narcoturismo/#01>

narcoturismo está consolidado em países, como Colômbia, Peru, Equador, Bolívia e Tailândia.

Considero importante registrar um fato ocorrido ao final de uma palestra, que proferi no *Museo Casa de la Memoria*, em novembro de 2016: o funcionário de um posto de informações turísticas, se aproxima, e, pergunta preocupado: “como podemos fazer com os turistas que nos procuram querendo fazer *tours* Pablo Escobar?” Esta pergunta me fez pensar que esse parece ser mesmo, para a cidade, e talvez, para toda a Colômbia, um passado indesejado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A transformação do Complexo do Alemão, de *lugar de violência* para *atrativo turístico*, ganhando o privilégio, de constar em guias de turismo, da cidade do Rio de Janeiro, está articulada com diferentes elementos que envolvem políticas públicas, mídia e comercialização. Esses elementos, também, lhe atribuem determinado valor positivo, tornando-o mercadoria turística, ganhando pois, posição de “coisa destinada à troca” (APPADURAI, 2008). Neste processo de atribuição de valor ao conjunto de favelas do Alemão, que envolve dimensões históricas, sociais, culturais e políticas, a principal atração é a passagem do *conflito* para a *paz*. As coisas possuem uma história social, uma biografia social, uma trajetória, que atravessa diferentes regimes de valor (APPADURAI, 2008). Assim como a choupana dos Suku, do Zaire, citada por Kopytoff (2008), nesta trajetória, cada fase desta biografia, corresponde a um uso. Especificamente, para o conjunto de favelas do Alemão, as fases seriam as diferentes intervenções políticas e sociais, e seus usos, os mais diversos, incluindo, para fins desta pesquisa, o turismo. Dentro deste novo “uso”, novos espaços são construídos: o “espaço do turista” e o “espaço do turismo” (DANTAS e FERREIRA, 2016); trechos foram sendo apropriados por diferentes atores sociais, cujo ponto, em comum, era a motivação para o desenvolvimento da atividade turística.

Os efeitos de algumas das políticas públicas, implementadas no Alemão, especialmente, as de segurança e de intervenção urbana, acabaram por transformá-lo, em mercadoria, onde seu *status* de lugar seguro, possuidor de um sistema de mobilidade inovador, o tornou “trocável” pelos rendimentos da atividade turística. A singularidade desta troca, no Alemão-mercadoria, estava na construção de um teleférico, como meio de transporte, tomado o modelo da cidade de Medellín, Colômbia. Diferentemente do que foi observado no Complexo do Alemão, o turismo, na Comuna 01 de Medellín, surge como uma ação não-planejada, como efeito da transformação urbana e social, difundida como imagem de cidade para o mundo. Ali, a população local dá pouca atenção, ou percebe o turismo, como oportunidade de prestação de serviços. Enquanto em Medellín o turismo apareceu, como consequência das intervenções urbanas, no Complexo do Alemão as possibilidades de turismo apareceram, indiretamente, desde a construção do teleférico.

Algumas das políticas públicas estudadas, neste trabalho, visavam mostrar, também, para um público de fora, a “Cidade Maravilhosa” segura e apta para sediar dois megaeventos internacionais, - a Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio-2016 –,

além de atender a eixos importantes da política social, do Partido dos Trabalhadores (PT), neste momento, ocupando a Presidência da República. A *tomada/ocupação* da Vila Cruzeiro e do Alemão funcionaram, como um “coroamento” das medidas de segurança pública implantadas na cidade. Já a política de empreendedorismo e qualificação do Sebrae, mostrou-se ineficiente e funcionalista, desconsiderando dinâmicas sociais complexas dos atores envolvidos. Para Cléber de Araújo, dono da agência *Turismo no Alemão*, por exemplo, turismo se aprende na prática, sendo ele:

Muito mais do que isso [estudo formal]. Turismo é relacionamento, é oportunidade, é chance eu não acredito na teorização do turismo, não tem teoria pro turismo, não existe uma coisa formatada pro turismo, porque o turismo é uma coisa viva (11/06/2016).

O teleférico se tornou símbolo e monumento, diferenciando e valorizando o Complexo, na relação com outras “favelas turísticas” da zona Sul da cidade. Junto com a escolha, de qual favela carioca iria receber o programa das UPPs, a construção do teleférico ajudou a hierarquizar, social e espacialmente, as favelas cariocas, aprofundando também suas diferenças. Apresentando um mecanismo, que rebatia um dos símbolos turísticos do Rio de Janeiro e da zona Sul carioca – o Pão de Açúcar –, o Complexo atraiu as atenções da atividade turística, para a zona Norte da cidade, alimentando esperanças de uma “nova era” e desafiando as oposições, existentes na cidade, entre zona Norte e zona Sul (CARNEIRO, 2009).

O teleférico, também, foi o responsável pela escolha do Alemão, como lugar de passeio, e pela “sensação de segurança”, sentida pelo turista, durante esse passeio. Conforme foi mostrado no subcapítulo 3.5, *À espera de turistas: quem são e o que dizem*, funcionou, muitas vezes, como a “bolha ambiental”, de Daniel Boorstin, isolando o turista da estranheza do ambiente, transformando-o em mero espectador. (BOORSTIN *apud* URRY, 2001). Os “riscos”, aos quais o turista poderia estar sujeito, foram afastados ou minimizados, tanto pelo equipamento construído, quanto pela *performance* estabelecida – pelo comércio, guias e atrações - no entorno da estação Palmeiras, destino principal no Alemão. Em Medellín, o atrativo principal para a visita à Comuna 01 e ao entorno da estação Santo Domingo, passa pela construção de um elemento, símbolo da política do urbanismo social, parte da política de transformação da cidade.

Na pesquisa com os “visitantes”, as pré-condições, para esta transformação, se deram através da “pacificação”, da repercussão, na mídia – com as reportagens sobre a *retomada* e

com a novela *Salve Jorge* – e da construção do teleférico. Para os “visitados” (SMITH, 1989), atores envolvidos na promoção do turismo, a possibilidade de lucro financeiro e de *fazer conhecer* a favela, esperando que este conhecimento denunciasses precárias condições de vida, foram os elementos mobilizadores. Outros “visitados” porém, apresentaram uma resistência quanto ao “olhar invasor”, que era relativizado, quando recebiam algum benefício.²³³ O turismo aparece no Complexo, num momento de transição, marcado por diferentes tempos – de conflito e de paz –, como alternativa de economia local, na qual o costume do “olhar estrangeiro” não pertencia à sua biografia. Diferentemente de determinados bairros, da zona Sul do Rio, as ideias do “gringo” e do “turista”, muitas vezes, se sobrepõem. O olhar do turista e da câmera fotográfica implicaria uma invasão na vida das pessoas, como aconteceu na minha situação de pesquisador, com o dono da loja de bolos da Nova Brasília. Sendo assim, a construção de “bastidores”, ou de “roteiros seguros”, se mostram necessários. “Espaços turísticos”, construídos, organizados em torno de uma “autenticidade encenada” (MacCANNELL, 1976). Em geral, salvo as iniciativas de duas agências de turismo local, o turista era poupado de entrar em contato com os espaços cotidianos, acreditando que havia “conhecido” a favela, apenas, através do “passeio de bondinho”. O trajeto do teleférico estava lá, funcionando continuamente, em princípio, para atender a uma necessidade de mobilidade dos moradores – o que, na prática, pouco funcionou efetivamente –, mas, os turistas o veem, como um equipamento de passeio. Executa-se aqui, a partir dos vidros das gôndolas, uma *performance* do “Complexo do Alemão” para o turista, resumindo-se, neste trajeto, todo um espaço ou uma cultura complexos (KIRSHENBLATT-GIMBLETT, 1990).

Este trabalho de pesquisa, em Antropologia, considerou o turismo, como um conjunto complexo de discursos e de práticas sociais. Privilegiei, em detrimento dos estudos sobre impactos, autenticidade, aculturação e elaboração de modelos teóricos explicativos, os processos simbólicos e as representações, na constituição de objetos, lugares, experiências e sujeitos. Considerei refletir sobre as práticas turísticas, no Complexo do Alemão, inseridas, não apenas, em contextos econômicos, mas também nos sociais e políticos. Nestes contextos, a fotografia não foi usada, meramente, como recurso ilustrativo, mas, como reveladora de ausências, fornecendo detalhes situados, e buscando permitir o estabelecimento de outras conexões.

Os *souvenirs*, encontrados durante a pesquisa no Alemão, traduzem também um imaginário turístico local (GRAVARI-BARBAS e GRABURN, 2012). Produzidos para a

²³³ Refiro-me, aqui, especificamente, às histórias com turistas, contadas pelo Cléber Araújo, na pág. 138.

satisfação do consumidor, são inventados, com o propósito de venda. Em geral, pequenos e leves; miniaturizados ou em maquetes, ajudam, na sua aplicabilidade, como uso decorativo e, funcionam como lembrança do lugar (GRABURN, 1976).

Nas representações compartilhadas, *alimentadas por*, ou *associadas a* imagens materiais e imateriais, trabalhadas pelo imaginário e socialmente compartilhadas pelos turistas e/ou atores turísticos (GRAVARI-BARBAS e GRABURN, 2012), ressalta-se a importância das reportagens sobre a *retomada* da Vila Cruzeiro e do Complexo do Alemão e da novela *Salve Jorge*.

Como foi visto no subcapítulo 4.7 *O turismo polêmico sobre um passado indesejado*, histórias ligadas a episódios violentos, a personagens controversos, ou a fatos polêmicos, podem suscitar um interesse turístico. Um passado, que não é esquecido, e, muitas vezes, indesejado (GIRALDO, VAN BROECK e POSADA, 2014), pode ser ressignificado nas narrativas turísticas, como no caso dos *tours* Pablo Escobar e dos *tours*, no Complexo do Alemão.

O aparecimento do fenômeno turístico no Alemão, tornou dignos de visita, lugares, que antes eram interditos e interditados; histórias, relacionadas com a violência e com as batalhas nas quais se comemora uma vitória; espaços simbólicos, antes fechados, podem ser olhados. Neste ritual de passagem, aparecem diferentes tempos e são construídos diferentes discursos, sobre o Complexo do Alemão: antes, não se podia nada, e agora, se pode tudo. Este discurso é uma característica peculiar da biografia do Complexo. Na Rocinha, por exemplo, turística desde muito tempo, mesmo com instalação da UPP, este discurso “antes perigosa, e agora, cheia de atrativos”, não foi produzido.

Diferentemente do Alemão, onde o conflito com as obras do PAC, por exemplo, sempre estiveram presentes, em Medellín, encontrei poucas vozes dissonantes sobre a transformação da cidade de “violenta”, para “inovadora e modelar”. A população parece ter absorvido bem, as políticas públicas locais, e o teleférico sempre fez sentido aos moradores, como ratifica uma das moradoras mais antigas da Comuna, D. Rosalba Carbona. No Alemão, nem tanto. Lá, a cidade, boa para o turista, é aquela, pensada e construída, primeiro, para o morador. Ainda no caso colombiano, o projeto do teleférico envolveu também a construção de obras de conteúdo simbólico; de alta qualidade arquitetônica e estética que permitiram realizar uma “ressignificação do espaço da favela”.

O exercício da Antropologia, para mim, a partir da proposta desse trabalho, foi um desafio. A escolha da favela, como campo, também. Assim, como disseram alguns turistas

que entrevistei, a favela daqui não é igual à da cidade, onde morava. Quanto ao turismo, a partir dessa experiência, estranhei o familiar das relações entre visitantes e visitados; rompi concepções positivistas e funcionalistas do turismo, como algo prescrito, e de fórmulas de planejamento compartimentadas. Refleti mais sobre suas práticas e descobri a complexidade que as envolve: não basta, apenas, qualificar para saber receber, não basta, apenas, “turistificar”, para seja um sucesso. Em setembro de 2016, uma tristeza muito grande me invadiu, quando soube que o teleférico do Alemão não funcionava mais. A crise econômica brasileira e o estado de calamidade pública, a que chegou o Estado do Rio de Janeiro, não permitiu mais pagar aos funcionários (considero importante dizer, que não foram os conflitos armados, que levaram à parada de funcionamento do teleférico). Quanto mais tempo parado, mais difícil e custoso se torna, para reavê-lo funcionando. O “sonho” de que falava Mariluce, Cléber e, que estava na cabeça de tantos outros moradores, parecia ganhar novos rumos: a venda do artesanato do Sérgio vai para as redes sociais; a Mariluce e o Cléber investem no projeto *Favela Arte* – que nasceu, a partir, do turismo – e o Cristiano e a Ingrid estabelecem outras alianças, para continuar.

Em janeiro de 2017, François Camargo faz uma postagem numa rede social, com fotos que e mostravam acompanhando um grupo de repórteres estrangeiros, gravando uma reportagem sobre o fechamento do teleférico. Quem sabe, a partir daí, movimentem-se novas dinâmicas locais. Perto do mês do fechamento do teleférico e, desconhecendo que este fato aconteceria, Mariluce desabafa:

:

Olha, a única coisa, assim, de antes do que está agora, é a mudança radical mesmo na questão do interesse das pessoas em virem aqui por conta da violência. Mas eu acho que se tivesse, pelo menos, assim, um incentivo, sabe, falando pras pessoas: “olha, tem o teleférico do Alemão!”. Não precisa falar que é seguro não; não precisa mentir não, só mostrar que existe o teleférico, entendeu? Se é seguro ou não a pessoa é que tem que dizer pra ela mesma se ela vai se sentir em vir aqui, mas dizer: “olha, tem o teleférico lá”; pras pessoas passarem a saber que ele está aberto à visitação. Sei lá, tem gente que deve estar achando até que isso já parou; “gente, é tanto tiro, isso deve estar parado”; entendeu? Ficou tanto tempo parado que as pessoas nem se interessam em saber mais como é que está a situação.

Mariluce Maria de Souza, Mariluce Maria de Souza (11/06/2016)

A “nova era” pareceu breve. Quanto à volta de práticas de turismo, no Alemão, com esperança, tomo, aqui, a última frase da Ceinha: *quem sabe um dia, né?*



Figs 281, 282 e 283: Crianças do Alemão, fotografadas durante meu trabalho de campo. Na última foto, McRsani e uma de suas camisetas escrito na frente: *É uma nova era. Complexo do Alemão. Turista vem pissoar no teleférico* Fonte: Fotos do autor, 2013, 2014 e 2015.

Em junho de 2017, o RJTV, jornal local da cidade do Rio de Janeiro e Grande Rio, exibido em duas edições (a primeira ao meio dia e a segunda, às 19h10) pela Rede Globo de Televisão, produziu um documentário, em cinco capítulos, intitulado “Complexo²³⁴”. Segundo o telejornal, o objetivo deste documentário foi o de revisitar os espaços correspondentes aos complexos do Alemão e da Penha, cinco anos depois da *retomada* e da implantação da política de segurança pública das UPPs (a “pacificação”). Como estaria a vida dos moradores, cinco anos depois? E as respostas não foram muito animadoras.

No desenrolar dos cinco capítulos, aparecem depoimentos, entre outros, da Mariluce Mariá, Adriana da Empadinha, Rene Silva e do Coletivo Papo Reto. Este Coletivo nasce em 2014, como forma de comunicação independente, composto por jovens moradores dos complexos do Alemão e da Penha²³⁵. Uma das ações do Coletivo foi a de contabilizar os dias em que não se ouviu troca de tiros no Complexo do Alemão, a partir de janeiro de 2017. Lana de Souza, uma das jovens participantes do grupo, revela dados impressionantes: em janeiro em mais de 50% dos dias do mês, houve confrontos armados. Em fevereiro, todos os dias; em março apenas três dias forma contados sem tiroteio, em abril nove e em maio apenas onze.

²³⁴ Os cinco capítulos do documentário podem ser buscados e vistos no sitio eletrônico <https://globoplay.globo.com>

²³⁵ Sítio eletrônico do Coletivo: <https://100ko.wordpress.com>. Acesso em julho de 2017.

O Anistia Internacional²³⁶ - movimento global que realiza ações e campanhas pelos direitos humanos – estimou que, de cinco de junho de 2016 a cinco de março de 2017, nos Complexos do Alemão e da Penha, houve cerca de 50 mortes. Em 2015, a morte do menino de 10 anos, Eduardo de Jesus Ferreira, atribuída a um policial, evidenciou a vulnerabilidade a que os moradores destes espaços estavam sujeitos.

O documentário “Complexo”, de junho de 2017, mostrou também que, apenas os morros do Adeus e Baiana conseguem, ainda, manter a ideia inicial de polícia de proximidade. Ali, policiais participam, inclusive, de projetos sociais com os moradores. Ele também atualiza dados que desvelam políticas públicas doentes e ineficazes. Segundo o Tribunal de Contas do Estado do Rio de Janeiro, o PAC do Alemão foi superfaturado, apresentando o maior rombo de todo o PAC das favelas: dos R\$ 843.052.212, 98 investidos, houve um desvio de R\$ 166.105.466,62. O número é ainda maior do que o apontado pelo relatório de fiscalização da Controladoria Geral da União, em fevereiro de 2016, de R\$ 139,5 milhões.

Para Jailson Souza Silva, do Observatório de Favelas da Universidade Federal Fluminense (UFF), enquanto o poder público diz que, no Complexo do Alemão, 80% do território apresenta 80% de saneamento básico, na verdade, apenas 30% possuem efetivamente uma rede de esgotos.

A repórter que coordenou o documentário “Complexo”, Bette Lucchesi, que teve o marido morto em 2002 durante um assalto em Irajá e que fez a cobertura da *retomada* do Alemão, ao final, revela que a sensação percebida nos moradores que entrevistou, foi a de terem sido enganados. Em 2010, dias depois da *retomada* do Complexo do Alemão e da instalação da política de “pacificação”, um morador escreveu uma carta aos gestores públicos da cidade, fazendo um apelo:

Senhor prefeito, senhor governador, nós também somos cariocas, moradores da Cidade Maravilhosa. Precisamos muito de amparo, de assistência, de ordem, de paz, de alegria de viver.

²³⁶ Sítio eletrônico do Anistia Internacional: <https://anistia.org.br>. Acesso em julho de 2017.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABREU, Sabrina e SILVA, Rene. **A Voz do Alemão**. São Paulo: InVersos, 2013.
- AGIER, Michel. **Antropologia da cidade: lugares, situações e movimentos**. São Paulo: Ed. Terceiro Nome, 2011. 216p.
- ÁLVAREZ, Manuel Díaz. **Laura Montoya: mujer intrépida**. Bogotá, CO: San Pablo, 2013. Colección Grandes Personajes.
- APPADURAI, Arjun (org.). **A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural**. Niterói: EdUFF, 2008.
- BAHL, Miguel. **Viagens e roteiros turísticos**. Curitiba: Protexto, 2004.
- BARTHOLO, Roberto, SANSOLO, Davis Gruber e BURSZTYN, Ivan (orgs.). **Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009, p. 359-373.
- BANDUCCI JÚNIOR, Álvaro e BARRETTO, Margarita (orgs.). **Turismo e identidade local: uma visão antropológica**. São Paulo: Papirus, 2001. (Coleção Turismo).
- BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. São Paulo: Papirus, 2008.
- _____. O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e a compreensão do turismo. **Revista Horizontes Antropológicos**, vol. 09, nº 20, Porto Alegre, Outubro de 2003.
- BARBOSA, Gabriel Ferreira. **Um novo circuito na favela: o caso da freqüentação turística no Santa Marta**. Dissertação de Mestrado. Mestrado de Antropologia. Niterói. UFF, 2014.
- BATISTA, Vera Malaguti. O Alemão é muito mais Complexo. In: **Revista Justiça e Sistema Criminal**. Curitiba, vol.3, no5, p. 103-126. 2011.
- BELTRAME, José Mariano. **Todo dia é segunda-feira**. Rio de Janeiro: Sextante, 2014.
- BENTES, Ivana. **Sertões e favelas no cinema brasileiro contemporâneo**. Revista Alceu (Revista do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio). Rio de Janeiro, v.8, nº15, p. 242 a 255, jul./dez. 2007.
- BLOCH, Sergio. **Guia gastronômico de favelas do Rio**. Rio de Janeiro: Arte Ensaio, 2012.
- BORGES, Dorian; RIBEIRO, Eduardo e CANO, Ignácio (orgs.). **Os donos do morro: uma avaliação exploratória do impacto das Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs) no Rio de Janeiro**. São Paulo/Rio de Janeiro: Fórum Brasileiro de Segurança Pública, LAV/UERJ, 2012.
- BOURDIEU, Pierre. **Razões práticas: sobre a teoria da ação**. Campinas/SP: Papirus, 1996.

BRASIL. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 7: Regionalização turística**. Ministério do Turismo. Brasília, 2007.

BRIDA, Juan Gabriel *et all*. Turismo y crecimiento econômico: el caso de Antioquia. **Revista de Investigación y Desarrollo Local**. Vol. 3, no 7, abril de 2010.

CARNEIRO, Sandra de Sá. Rio, Zona Norte e Zona Sul: fronteiras para além dos estigmas. In: CARNEIRO, Sandra de Sá e SANT'ANNA, Maria Josefina Gabriel (orgs.). **Cidade: olhares e trajetórias**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

CASTRO, Celso. Narrativas e imagens do turismo no Rio de Janeiro. In: VELHO, Gilberto (org.). **Antropologia Urbana. Cultura e sociedade no Brasil e em Portugal**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

CAVALCANTI, Murilo (org.). **As lições de Bogotá e Medellín: do caos à referência mundial**. Recife: INTG, 2013.

CISNE, Rebecca e GASTAL, Susana. Turismo e seus imaginários: o roteiro turístico tematizado. **Intercom**, Recife/PE: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2 a 6 de setembro de 2011.

_____. A produção acadêmica sobre roteiro turístico: um debate pela superação. **ANPTUR**, UAM/São Paulo/SP: VI Seminário da ANPTUR, 10 e 11 de setembro de 2009.

CORIOLOANO, Luzia Neide. A contribuição do Turismo no desenvolvimento local In: PORTUGUEZ, Anderson Pereira; SEABRA, Giovanni; QUEIROZ, Odélia Telles M. M (orgs.). **Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2012.

COSTA, Simone Dantas e FERREIRA, Helena Catão Henriques. **Reflexões acerca da produção do espaço turístico pelo turismo religioso em Armação dos Búzios/RJ**. Anais do Seminário da ANPTUR, 2016.

COUTO, Patrícia Brandão e RODRIGUES, Ruth Imanishi. **A gramática da moradia no Complexo do Alemão**. Brasília: IPEA, 2015.

CLIFFORD, James. Culturas viajantes. In: ARANTES, Antônio. (org.). **O espaço da diferença**. Campinas: Papius, 2000.

DA SILVA, Vânia Regina Amorim. **Mobilidade urbana e integração: o caso do programa Morar Carioca no Complexo da Providência**. Dissertação de Mestrado. UFRJ, 2014.

DÁVILA, Julio D. (org.) **Mobilidad urbana y pobreza: aprendizajes de Medellín y Soacha, Colombia**. Colômbia/Medellín: Universidad Nacional de Colombia, 2012.

DE ANDRADE, Carla Coelho et. all. IPEA 10º Relatório. **Intervenção Sócio-Urbanística do Complexo do Alemão. Programa de Aceleração do Crescimento-PAC**, 2011.

DE CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Petrópolis/RJ: Vozes, 1994. Vol. 01.

DE OLIVEIRA, Frederico Ferreira, REIS, Jarlene Rodrigues e CATRAMBY, Teresa Cristina Viveiros. **Salve Jorge e a influência da telenovela nas agendas midiáticas sobre o Complexo do Alemão**. Revista Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro, v.15, n.3, p.290 a 302, dez. 2015.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

Encarte do Jornal Extra. **“O Fim. O dia em que a bandidagem do Rio perdeu a fama de valente”**. 24 de Novembro de 2011.

FIGUEIREDO, Silvio Lima e RUSCHMANN, Doris Van de Meene. Estudo genealógico das viagens, dos viajantes e dos turistas. **Revista Novos Cadernos NAEA**, vol. 07, n° 1, p.155-188, 2004.

FUSTER, Luís Fernandez. **Teoría y Técnica del Turismo**. Editora Nacional: Madrid, 1974. (Tomos I e II).

FREIRE_MEDEIROS, Bianca. A favela que se vê e que se vende: reflexões e polêmicas em torno de um destino turístico. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. Vol. 22. n. 65.

_____. **Gringo na Laje**. Produção, circulação e consumo da favela turística. Rio de Janeiro: FGV, 2009.

_____ e CASTRO, Celso. A cidade e seus souvenirs: o Rio de Janeiro para o turista ter. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. V.01, n° 01, p. 34-53, mar. 2007.

GASTAL, Suzana. **Turismo, imagens e imaginário**. São Paulo: Aleph, 2005.

GIRALDO, Claudia; VAN BROECK, Anne-Marie e POSADA, Luísa Fernanda. El pasado polémico de los años 80 como atractivo turístico em Medellín-Colombia. **Anuario Turismo y Sociedad**. Universidad Externado de Colombia, Bogotá, Vol. 15, 2014.

GONÇALVES, José Reginaldo. Autenticidade, memória e ideologias nacionais. **Revista Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, vol.1, n°2, 1988, p.264-275.

GRAVARI-BARBAS, Maria e GRABURN, Nelson. Imaginários turísticos. **Revista Via@**, , n°1, 2012, publicado em 16 de março de 2012.

GRABURN Nelson H. H.(org.) **Ethnic and tourist art: cultural expressions from de Forth World**. Berkeley: University of California Press, 1976.

GRECO, Rogério; MONTEIRO, André e BETINI, Eduardo Maia. **A retomada do Complexo do Alemão**. Niterói/RJ: Ed. Impetus, 2014.

IANNI, Octavio. A metáfora da viagem. In: _____. **Enigmas da modernidade-mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000. p. 11-31.

INGOLD, Tim. Jornada ao longo de um caminho de vida – mapas, descobridor-caminho e navegação. **Revista Religião de Sociedade**, ISER. Rio de Janeiro, vol. 25, n^o1, 2005.

JORGE, Israel e TEIXEIRA, Carla Geraldo de Moraes (coord.). **Programa de desenvolvimento do empreendedorismo em comunidades pacificadas**. Rio de Janeiro: SEBRAE/RJ, 2014.

JR. DE LACERDA, José Candido Sampaio (coord.). **Plano de Desenvolvimento Urbanístico do Complexo do Morro do Alemão**. Rio de Janeiro: Prefeitura do Rio de Janeiro/Secretaria de Habitação, 2004.

KIRSHENBLATT-GIMBLETT, Barbara. Objects of Ethnography *in*: KARP, Ivan and LAVINE, Steven D. (eds.). **Exbiting Cultures: the poetics and politics of museumdisplaces**. Smithsonian Books. EUA, 1990.

LEITE, Márcia Pereira. Da “metáfora da guerra” ao projeto de “pacificação”: favelas e políticas de segurança pública no Rio de Janeiro. **Revista Brasileira de Segurança Pública**. São Paulo. Vol. 6, n^o2, 374-389. Ago-Set. 2012.

LENNON, John e FOLEY, Malcolm. **Dark Tourism. The attraction of death and disaster**. London/New York: Continuum, 2000.

LÉVI-STRAUSS, Claude. A ciência do concreto *in*: **O pensamento selvagem**. Campinas/Sp: Papyrus, 1989.

LOHMANN, Guilherme e NETTO, Alexandre Panosso. **Teoria do Turismo. Conceitos, modelos e sistemas**. São Paulo: Aleph, 008. (Série Turismo).

MACHADO DA SILVA, Luiz Antonio. “**Violência urbana**”, **segurança pública e favelas: o caso do Rio de Janeiro atual**. Caderno CRH. Salvador. Vol. 23, n^o59, p 283-300, Mai-Ago. 2010.

_____. Sociabilidade violenta: uma dificuldade a mais para a ação coletiva nas favelas. *In*: IBASE. **Rio, a democracia vista de baixo**. (Projeto Agenda Social Rio). Rio de Janeiro, 2004.

MACCANNELL, Dean. **The tourist**. A new theory of the leisure class. London: Macmillan, 1976.

MAGALHÃES, Leandro Henrique. Panorama histórico do turismo: do mundo moderno à contemporaneidade. **I Encontro Paranaense de Pesquisadores em Hotelaria e Turismo, EPHTUR**, Campo Mourão, 2006

MAGNANI, José Guilherme. “Da periferia ao centro: pedaços e trajetos”. *In*: **Revista de Antropologia**, FFLCH/USP. São Paulo, vol. 35, 1993.

MARÍN, Nora Cecília Gómez. **Promoción turística a través de los medios audiovisuales, caso Medellín, Colombia.** Dissertação de Mestrado. Universidad Internacional de Andalucía, 2010. 122 p.

MAUSS, Marcel. **Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas.** São Paulo: Cossac Naify, 2013.

MEDEIROS, Lidia e VALLADARES, Licia do Prado. **Pensando as favelas do Rio de Janeiro: 1906-2000: uma bibliografia analítica.** Rio de Janeiro: Relume Dumara, 2003.

MEES, Luiz Alexandre Lellis. Espaços turísticos construídos no Complexo do Alemão por roteiros comerciais. **Revista Iberoamericana de Turismo (RITUR).** Vol. 05. n.01, 2015.

MEIRELLES e ATHAYDE. **Um país chamado favela.** São Paulo: Ed. Gente, 2014.

MENEZES, Paloma Valle. **Interseções entre novos sentidos de patrimônio, turismo e políticas públicas: um estudo de caso sobre o Museu a céu aberto do Morro da Providência.** Dissertação de Mestrado. Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, 2008.

MOTTA, Eugênia de Souza Mello Guimarães. **Trajatórias e transformações no mundo da economia solidária.** Tese de doutorado. PPGAS/UFRJ. Março de 2010.

NASH, Dennison (ed.). **The Study of Tourism.** Anthropological and Sociological beginnings. Oxford/UK: Elsevier, 2007.

NETTO, Alexandre Panosso. **O que é turismo?** São Paulo: Brasiliense, 2010. (Coleção Primeiros Passos).

_____. **Filosofia do Turismo.** Teoria e epistemologia. São Paulo: Aleph, 2005. (Série Turismo).

_____ e GAETA, Cecília (orgs.). **Turismo de Experiência.** São Paulo, SENAC, 2010.

OMT. **Guia de desenvolvimento do turismo sustentável.** Porto Alegre: Bookman, 2003.

Organização Mundial do Turismo (OMT). **Over 1.1 billion tourists travelled abroad in 2014.** <http://media.unwto.org/press-release/2015-01-27/over-11-billion-tourists-travelled-abroad-2014>. Acesso em 03 de abril de 2016.

_____. **Introdução ao Turismo.** São Paulo: Roca, 2001.

PICARD, Michel. D. Nash, Anthropology of Tourism. In: **L'Homme**, 1998, tome 38 n°148. p. 289-292.

PIRES, Mário Jorge. **Raízes do Turismo no Brasil.** São Paulo: Manole, 2001.

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE MEDELLÍN 2011-2016. Alcaldía de Medellín, 2012.

PORTO, Júlia Campiolo. Proibido olvidar: informação, cultura e cidadania em Medellín. **Revista Diálogos Interdisciplinares**. 2013, vol2, no 3 (Edição Especial) ISSN 2317-3793

QUINCHÍA, Roldán Suly María. Discurso y producción de ciudad. Un acercamiento al modelo de urbanismo social de Medellín. In: **Cuadernos de Vivienda y Urbanismo**. Jan.-Jun. 2013, vol. 6, nº 11, p.122-139.

RAMÍREZ, Iván Darío e COSTA, Grazielle. Para além da “guerra” e da “paz”: territórios de violência em Medellín. **Revista Crítica de Ciências Sociais**. 96 (2012).

REJOWSKI, Mirian (org.) **Turismo no Percurso do Tempo**. São Paulo: Aleph, 2002. (Série Turismo).

REVELO-IMERY, M. Alejandra. **Translating “Favela” Part 01: The Problem of Translation**. Disponível em: www.rioonwath.org.br. Acesso em 15 de agosto de 2015.

REVELO-IMERY, M. Alejandra. **Translating “Favela” Part 2: Translating Latino America**. Disponível em: www.rioonwath.org.br. Acesso em 15 de agosto de 2015.

RIEGL, Alois. **O culto moderno dos monumentos: sua essência e sua gênese**. Goiânia: Ed. da UCG, 2006.

RIOONWATCH. Relatos das favelas cariocas. www.rioonwatch.org.br. Acesso em 15 de novembro de 2015.

ROBB, Erika M. Violence and recreation: vacationing in the realm of Dark Tourism. **Revista Anthropology and Humanism**, vol 34, no 1, pp 51-60, ISSN 1559-9167, 2009.

RODRIGUES, Mônica. **Tudo junto e misturado: o almanaque da favela. Turismo no Santa Marta**. Rio de Janeiro: Mar de Ideias, 2014.

RODRIGUES, Rute Imanishi (org.). **Vida Social e Política nas Favelas: pesquisas de campo no Complexo do Alemão**. Rio de Janeiro: IPEA, 2016.

_____ (coord.). **Histórico Fundiário e da Urbanização do Complexo do Alemão. Relatório de Pesquisa**. Rio de Janeiro. IPEA/FAPERJ, 2013.

SADLIER, Darlene J. **Brasil imaginado: de 1500 até o presente**. São Paulo: EDUSP, 2016.

SALAZAR J., Alonso. **La parábola de Pablo**. Bogotá, CO: Editorial Planeta Colombiana S.A., 2012.

SALGUEIRO, Valéria. Grand Tour: uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura. **Revista Brasileira de História**, vol. 22, n. 44, pp. 289-310, São Paulo, 2002.

SAMPAIO, Sofia. Estudar o turismo hoje: para uma revisão crítica dos estudos de turismo, **Etnográfica** [Online], vol. 17 (1), 2013, Online desde 13 Março 2013, consultado em 30 Setembro 2016. URL : <http://etnografica.revues.org/2615> ; DOI : 10.4000/etnografica.2615

SANTIAGO, Silviano. A viagem de Lévi-Strauss aos Trópicos. **Revista SCRIPTA**. Belo Horizonte, v.4, n^o8, p.85-97, 1^o sem. 2001.

SANTOS, Lídia Borgo Duarte. **Impactos da implantação do teleférico como sistema de transporte em favelas: o caso do Complexo do Alemão**. Dissertação de Mestrado. Departamento de Engenharia Civil. PUC-Rio, 2014.

SCÓTOLO, Denise e NETTO, Alexandre Panosso. A contribuição do Turismo para o desenvolvimento local. **Revista de Cultura e Turismo (Cultur)**. Ano 09. n.01. fev. 2015.

SEBRAE. **Complexo do Alemão: mais que uma visita, uma experiência**. Estudo de Potencialidades Turísticas Complexo do Alemão. Rio de Janeiro, 2012.

SEGALA, Lygia. **O riscado do balão japonês. Trabalho comunitário na Rocinha (1977-1982)**. Dissertação de Mestrado. PPGAS/Museu Nacional/UFRJ, 1991. Rio de Janeiro.

SILVA, Jailson de Souza e (org.). **O que é favela afinal?** Rio de Janeiro: Observatório de Favelas do Rio de Janeiro, 2009.

SILVEIRA, Carlos Eduardo e MEDAGLIA, Juliana. A influência da ideologia do capitalismo industrial no desenvolvimento do turismo de massa europeu e suas conseqüências na política nacional de turismo brasileira. **IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL (Semin TUR)**. Caxias do Sul, 07 a 08 de julho de 2006.

SILVEIRA, Emerson Sena da. **Por uma Sociologia do Turismo**. Porto Alegre/RS: Zouk, 2007.

SOUZA, Amanda Moreira e DE CARVALHO, Alissandra Nazareth. O comércio de souvenirs e sua relação com a imagem da destinação: um estudo na cidade de Itu/SP. **Revista Hospitalidade**. Vol. XI, número 1, Junho 2014. ISSN 2179-9164.

SMITH, Valene L. (comp.). **Anfitriões e convidados: antropologia del turismo**. Madrid: Endymion, 1989.

URRY, John. **O olhar do turista. Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel/SESC, 2001.

VALLADARES, Lícia do Prado. **A invenção da favela: do mito de origem ao favela.com**. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

VAN BROECK, Anne Marie. Turismo doméstico em Colombia em um contexto de Conflicto armado (1996-2001). **Anuario Turismo y Sociedad**. Universidad Externado de Colombia, Bogotá, Vol. 01, 2002.

VELÁSQUEZ, Claudia María Giraldo e AGUIRRE, Sandra Zapata. Política turística del departamento de Antioquia. **Revista de Investigación em Turismo y Desarrollo Local**. Vol. 3, n^o 8, Setembro/Dezembro de 2010.

VÉLEZ, Londoño Patricia. La religión en Medellín 1850-1950: la vida devota y su proyección popular. **Revista Credencial Historia**. Banco de la Republica, em <http://www.banrepcultural.org/node/32901> . Acesso em 09 de fevereiro de 2016.

ZALUAR, Alba.; ALVITO, Marcos. (Orgs.). **Um século de favela**. Rio de Janeiro: FGV, 1998.

Referências virtuais

A formação do Complexo do Alemão. Revista virtual “Fala Zona Norte”. Disponível em <http://www.falazonanorte.com.br/index.php?page=ler-materias&id=36>. Acesso em: 18 de março de 2014.

Armazém de Dados do Instituto Pereira Passos. Disponível em: <http://portalgeo.rio.rj.gov.br>. Acesso em 25 de maio de 2014.

Ausente, Lula é a maior estrela na inauguração do teleférico do Alemão. Disponível em <http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/ausente-lula-e-a-maior-estrela-na-inauguracao-do-teleferico-do-alemao/n1597068485485.html>. Acesso em 28 de outubro de 2016.

A origem do império do CV no Alemão e Penha, entrada da UPP e formação do PCR. Disponível em “Crime News”: <http://blogcrimesnews.blogspot.com.br/2015/04/a-origem-do-império-do-cv-no-alemao-e.html>. Acesso em 25 de novembro de 2016.

BALDUINO, Ludmilla. Hotel de luxo na África do Sul cria favela de mentirinha para hóspedes. Revista Viagem. <https://viagemeturismo.abril.com.br/destinos/hotel-de-luxo-na-africa-do-sul-cria-favela-de-mentirinha-para-hospedes>. Acesso em maio de 2014.

Crivella diz estudar criação de taxa para turistas e “adequação” de impostos. Disponível em <http://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2017/01/01/crivella-diz-estudar-criacao-taxa-para-turistas-e-adequacao-de-impostos.htm>. Acesso em 01 de janeiro de 2017.

Dilma inaugura o teleférico do Alemão. Disponível em <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2011/07/dilma-inaugura-teleferico-do-alemao.html>. Acesso em 28 de outubro de 2016.

Família de Pablo Escobar cria tour sobre a vida do traficante colombiano. Disponível em <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2012/02/familia-de-pablo-escobar-cria-tour-sobre-vida-do-trafficante-colombiano.html>. Acesso em 28 de outubro de 2015.

Instituto Raízes em Movimento. Disponível em: www.raizesemmovimento.org.br. Acesso em julho de 2015.

JIMÉNEZ, Pablo Rodríguez. **Revista Credencial Historia**. Banco de la Republica, em <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/revistas/credencial/febrero2009/medellin.htm>. Acesso em 04 de janeiro de 2016.

MACHADO DA SILVA, Luiz Antonio. **Afinal, qual é a das UPPs?** Disponível em www.observatoriodasmetropoles.ufrj.br. Março de 2010. Acesso em julho de 2016.

MINSTER, Christopher. **Biography of Pablo Escobar**. About.com, s.d. Disponível em <http://latinamericanhistory.about.com/od/20thcenturylatinamerica/a/bioescobar.htm>. Acesso em 06 de fevereiro de 2016.

ONGs Complexo do Alemão. Disponível em: www.riomaissocial.org/territorios/complexo-do-alemao/?secao=organizacoes. Acesso em julho de 2015.

Pablo Escobar Tour- Roberto Escobar 4. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kbJurjGRa8A> Acesso em 28 de outubro de 2015.

POMA GROUP. Disponível em www.poma.net. Acesso em 28 de outubro de 2016.

Programa Sem Fronteiras. **A nova imagem da Colômbia: os aspectos sociais, políticos e econômicos do país**. Exibido em 08/12/2016 pela GloboNews. Disponível em <http://globosatplay.globo.com/globonews/v/5501878>. Acesso em 15 de dezembro de 2016.

Remoções da Vila Autódromo expõem o Lado B das Olimpíadas do Rio. Disponível em http://brasil.elpais.com/brasil/2015/06/20/politica/1434753946_363539.html. Acesso em 20 de julho de 2016.

Rio Top Tour estimula inclusão pelo turismo. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/turismo/2010/08/rio-top-tour-estimula-inclusao-pelo-turismo-1>. Acesso em 20 de dezembro de 2016.

See Colombia Travel Announces Controversial Pablo Escobar Tour in Medellin. Disponível em: <http://www.prweb.com/releases/2011/9/prweb8779042.htm>. Acesso em 28 de outubro de 2015.

Sexo y drogas: um pacote turístico em Medellín. Disponível em: <http://www.semana.com/especiales/medellin-narcoturismo/#o1>. Acesso em 29 de outubro de 2015.

“Torre de David” mostra a vida na maior favela vertical do mundo. Disponível em <http://g1.globo.com/globo-news/globo-news-documentario/videos/v/documentario-torre-de-david-mostra-a-vida-na-maior-favela-vertical-do-mundo/3737492>. Acesso em 20 de julho de 2016.

UPP. Unidade de Polícia Pacificadora. Disponível em www.upprj.com. Acesso em julho de 2016.

UPP Social. **Complexo do Alemão**. Disponível em: <http://www.uppsocial.org/territorios/complexo-do-alemao>. Acesso em 10 de agosto de 2013.

Visit Colombia and take a tour with Pablo Escobar's brother. Disponível em:

<http://www.spearswms.com/blog/visit-colombia-and-take-a-tour-with-pablo-escobars-brother#.VkUav16rF7d>. Acesso em 28 de outubro de 2015.

Voz das Comunidades. **Complexo do Alemão**. Disponível em:

<http://www.vozdascomunidades.com.br/complexo-do-alemao/historia-do-complexo-do-alemao>. Acesso em 10 de agosto de 2013.

ANEXO I

Alguns dos trabalhos artesanais da Mariluce Mariá, (Mariluce Maria de Souza), oferecidos aos turistas. Eles apresentam o teleférico como a “marca do Alemão”, já que a multiplicidade das casas sobrepostas e as pipas, fazem parte de vários outros artesanatos, produzidos nas favelas. Interessante notar, que, num movimento inverso, em alguns destes trabalhos, é a cidade aquela trazida, para habitar na favela, com o Cristo Redentor, o Pão de Açúcar e a Baía da Guanabara.



Caixinhas de guardar. Interessante perceber que na barraquinha, aceitava-se cartões de crédito Visa e Mastercard. (Foto do autor, 2013).



Abajour. (Foto do autor, 2014).



Quadrinhos de enfeite. (Foto do autor, 2014).



Porta-retrato. (Foto do autor, 2014).



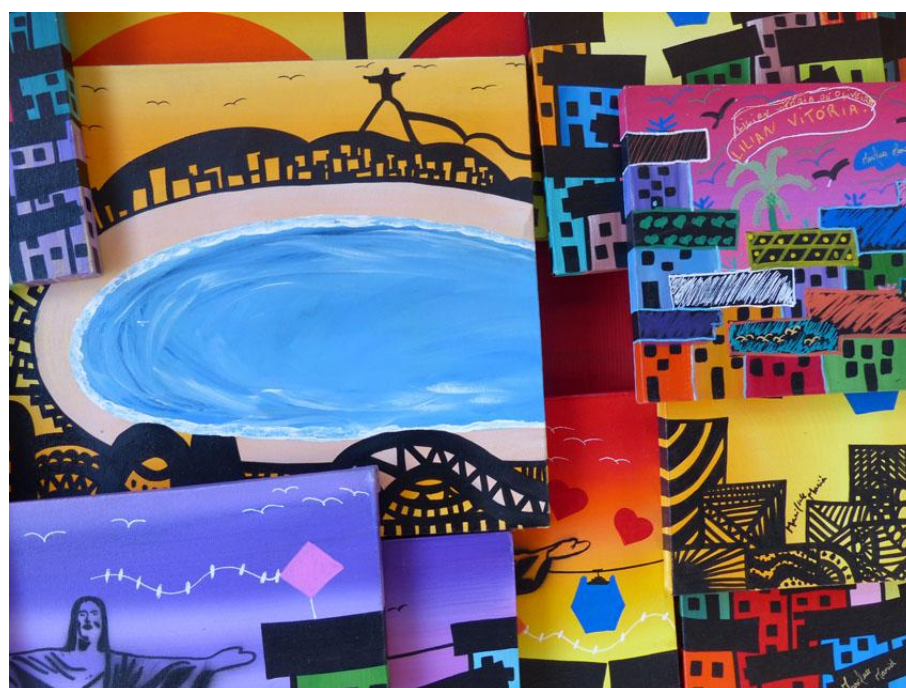
Quadrinhos de enfeite. Aqui aparecem cores mais escuras. (Foto do autor, 2014).



Porta-moedas em forma de casinhas e quadrinhos para decorar. (Fotos do autor, 2015 e 2016).



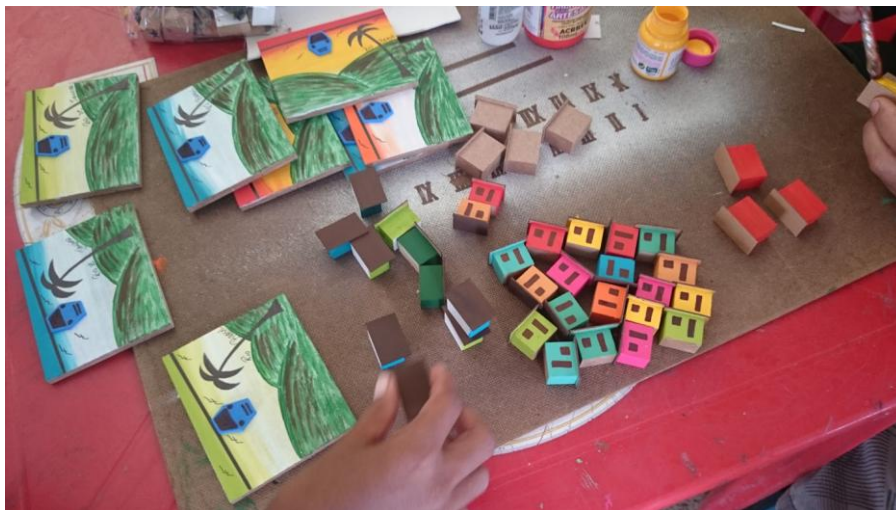
Quadro do “Caio”, uma das crianças participantes do projeto Favela Arte.
O Cristo Redentor atrás das casinhas da favela. (Foto do autor, 2016).



Quadrinhos da Mariluce e das crianças que participavam do seu projeto *Favela Arte*.
Um deles inclui a Baía da Guanabara com o Cristo Redentor. (Foto do autor, 2016).

ANEXO II

Os trabalhos do Sérgio Gomes, traduzem, grande criatividade, para representar a favela onde mora. Utilizando sua experiência de vida, miniaturiza e transforma, em maquete, aquilo que considera mais representativo do Complexo do Alemão.



Parte do material que usa em seus trabalhos. (Foto do autor, 2015).



Seu primeiro trabalho como artesão de *souvenirs*: as casinhas com o teleférico por cima. Este trabalho, ficava apenas exposto. Não era vendido: um patrimônio “para guardar”. (Foto do autor, 2016).



Um dos primeiros relógios temáticos, fabricados por Sérgio. (Foto do autor, 2013).



Maquete do Alemão, com o teleférico por cima. Sem esquecer os detalhes das caixas d'água azuis, da vegetação e das cabines vermelhas. (Foto do autor, 2014).



Outra maquete, um pouco maior, onde está presente, também, um campo de futebol. (Foto do autor, 2014).



Em parceria com a pintura da Mariluce, relógios como lembrança. (Foto do autor, 2014).



Aqui, de tamanho maior, em parceria com a pintura da Mariluce, outros de seus relógios. (Foto do autor, 2015).



A miniatura de uma motocicleta, se transforma em relógio, com a marca do Alemão. (Foto do autor, 2015).



A miniatura de uma bicicleta, transformada em relógio, com a marca do Alemão. R\$20,00
(Foto do autor, 2015).



Maquetes “de canto”, apresentando casinhas sobrepostas.
(Foto do autor, 2016).



Casinhas-ímãs, com a assinatura do Alemão, e casinhas-chaveiro. (Foto do autor, 2016).



“Cabines de teleféricos”-ímãs, agora na cor azul. (Foto do autor, 2016).